



**BOGOTÁEXPORTA**  
POR LA DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS

## **REPORTE DE MONITOREO SECTORIAL**

### **SECTOR PLASTICOS PARA EL HOGAR MÉXICO**



**Cámara de Comercio de Bogotá**

Consuelo Caldas Cano  
**Presidente Ejecutiva**

Luz Marina Rincón Martínez  
**Vicepresidenta Ejecutiva**

María Isabel Agudelo  
**Vicepresidenta de Competitividad Empresarial**

Juan Guillermo Castro  
**Gerente de Internacionalización de Negocios**

María Mónica Conde  
**Directora de Promoción de Comercio Internacional**

Ana María Rodríguez Barros  
**Asesor de Promoción de Comercio Internacional**

**Bogotá, 2010**

**Diseño y diagramación**  
**cre-eight** comunicación gráfica

ISBN: 978-958-688-377-1



# Tabla de Contenidos

<b>Resumen ejecutivo</b>	<b>5</b>
<b>1. Descripción general del sector</b>	<b>11</b>
1.1 Introducción general al sector	11
1.2 Fortalezas y debilidades	12
1.3 Distribución geográfica	13
1.4 Principales actores	13
<b>2. Principales estadísticas del mercado</b>	<b>14</b>
2.1 Producción total	14
2.2 Exportaciones totales de productos al mundo, incluyendo principales países destino	15
2.3 Importación total de productos, incluyendo los principales países proveedores	16
2.4 Principales productos exportados, incluyendo países destino	17
2.5 Principales productos importados, incluyendo los países de origen de las mercancías	18
2.6 Importaciones por país de origen e importaciones colombianas	20
2.7 Variación porcentual de las importaciones de México desde Colombia	21
<b>3. Análisis de la demanda</b>	<b>22</b>
3.1 Principales productos demandados por el mercado	22
3.2 Características y presentación	23
3.3 Tendencias en la demanda de productos	23
3.4 Oportunidades específicas de negocio	24
<b>4. Descripción de principales canales de distribución y comercialización</b>	<b>26</b>
4.1 Principales importadores y distribuidores nacionales	26
4.2 Precio de compra importador	27
4.3 Principales canales de comercialización	28
4.4 Requerimientos y condiciones específicas por canal de distribución y comercialización: condiciones comerciales, márgenes, volúmenes aproximados, recurrencia de compra y presentación.	29
<b>5. Análisis del entorno competitivo</b>	<b>32</b>
5.1 Países de origen, productos relevantes, fortalezas y debilidades	32
5.2 Productores locales y productos relevantes por región	33
5.3 Precio de venta local en planta	34
5.4 Presentaciones (empaquete, diseño y embalaje) de productos relevantes por canal de comercialización	34
5.5 Perfil de principales competidores	35
<b>6. Proceso de importación</b>	<b>37</b>
6.1 Principales puertos de entrada	37
6.2 Regulaciones arancelarias y no arancelarias: impuestos a la importación, permisos sanitarios, certificaciones, entre otros. (de las fracciones arancelarias más relevantes del sector)	38
<b>7. Estrategias de promoción y marketing</b>	<b>41</b>
7.1 Eventos de promoción: ferias y exposiciones nacionales y regionales	41
7.2 Publicaciones del sector	41
7.3 Estrategia recomendada de promoción	42
7.4 Recomendaciones para selección de importadores/distribuidores	43
<b>8. Contactos</b>	<b>45</b>
8.1 Cámaras y asociaciones	45
8.2 Importadores	46
8.3 Distribuidores	47
8.4 Clientes potenciales	49
<b>Conclusiones</b>	<b>51</b>

# Índice de tablas y gráficos

Tabla 1. Valor y volumen de la producción manufacturera de artículos para el hogar en México.	14
Tabla 2. Estadísticas de Exportación de México hacia el Mundo 2007-2009.	15
Tabla 3. Estadísticas de Importación de México desde el Mundo 2007-2009.	16
Tabla 4. Principales productos exportados de México al Mundo 2007-2009.	17
Tabla 5. Principales países de destino de las exportaciones mexicanas 2009.	18
Tabla 6. Principales productos importados por México desde el Mundo 2007-2009.	19
Tabla 7. Principales países proveedores de México 2009.	19
Tabla 8. Principales Productos Importados por México desde Colombia.	20
Tabla 9. Variación porcentual de importaciones por México desde Colombia.	21
Tabla 10. Descripción de principales productos de plástico para el hogar de México	23
Tabla 11. Precios de los principales productos importados por México	27
Tabla 12. Porcentajes mínimos, máximos y promedio para canales de distribución.	30
Tabla 13. Países de origen, productos relevantes, fortalezas y debilidades.	32
Tabla 14. Precios de planta de principales productos de plástico para el hogar en México	34
Tabla 15. Presentación de principales productos de plástico para el hogar por división	35
Tabla 16. Aranceles e impuestos de los capítulos 39, 57 y 94	38
Tabla 17. Regulaciones de los capítulos 39, 57 y 94	40
Gráfico 1. Cadena de proveeduría del sector productos de plástico para el hogar	13
Gráfico 2. Canales de comercialización de los artículos de plástico para el hogar en México	28

## RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este estudio es presentar un análisis de las oportunidades existentes para el sector de productos plásticos colombianos para el hogar en México con base en los capítulos 39, 57 y 94 del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías engloba a los artículos de plástico para el hogar.

México es un país con una amplia apertura económica a través de los 11 Tratados de Libre Comercio Firmados con más de 44 países. El país cuenta con un mercado local de más de 100 millones de habitantes y acceso a más de mil millones de consumidores potenciales a los cuales vender a través del mismo.

Cuando México firmó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, consideró favorables a sus intereses las políticas de un mercado libre con Estados Unidos y Canadá, lo cual se reflejaría en tasas de crecimiento de la economía mexicana. Estas expectativas no tardaron en concretarse, ya que en los primeros cinco años del TLCAN, la industria del plástico en México incrementó su producción y logró crecer apoyada en las exportaciones manufactureras.

Entre 2001 y 2005, el sector de plásticos en México persistía en lograr su consolidación, un aumento de la inversión y productividad. En la actualidad, el sector del plástico enfrenta diversos problemas como el desempleo, la carente demanda doméstica, la falta de inversión pública y privada, destacando el elevado costo de las materias primas.

La importancia actual de la industria del plástico en el mercado mexicano se confirma, entre otros elementos, por el crecimiento en el consumo de ar-

tículos de plástico, ya que han ganado preferencia por su precio, resistencia, diseño y calidad frente a otros productos de vidrio, madera o aluminio utilizados en el hogar.

Actualmente, el consumo de plástico por mexicano rebasa los 45 kg/hab. En cuanto a las estadísticas internacionales, México ocupa el lugar 12° en el ranking de los principales países consumidores de plástico, en tanto que el gigante asiático, China, es el número 10.

La industria del plástico se compone de unas 4.500 empresas transformadoras que dan empleo a alrededor de 180 mil personas. El 84% de estas empresas son micro y pequeñas, el 12% medianas y el 4% grandes.

El precio de los productos de plástico, generalmente, es afectado por la importación de mercancías de bajo costo y en cantidades masivas provenientes de países como Taiwán, Indonesia, Corea y China. Las empresas comercializadoras, minoristas y detallistas, han disminuido su compra a empresas nacionales, sustituyendo por producto importado a precios inferiores que los que se consiguen en la industria nacional, generando caída de las ventas del mercado interno para los fabricantes mexicanos.

Las principales fortalezas de la industria de artículos de plástico para el hogar son: la demanda de productos de plástico se encuentra estrechamente vinculada al crecimiento de la población y, en países con niveles de industrialización medio como México, el aumento en la demanda es significativamente mayor al de los países industrializados. Los mayores consumidores son las mujeres que desean reducir costos y, los matrimonios jóvenes.

Además los productos de plástico para el hogar cuentan con un elevado valor agregado.

Las debilidades de la industria de artículos de plástico para el hogar incluyen la importación de productos de bajo costo de países como China e Indonesia, lo que ejerce una fuerte presión al industrial mexicano para que baje el nivel de precios y los iguale al del producto importado. No sólo México sino el resto de los países tienden a bajar los precios para competir con los asiáticos.

La cadena productiva de la industria del plástico se concentra principalmente, en el Distrito Federal y Estado de México, donde se concentran el 55% de las unidades productoras, le sigue en importancia Jalisco que concentra el 13% y Nuevo León el 12%. También se ubican importantes centros de producción en los estados de Baja California, Chihuahua, Tamaulipas y Coahuila, los cuales se encuentran muy ligados a la industria maquiladora.

### Producción local

La producción manufacturera del sector de plásticos para el hogar en México registró un crecimiento de 1% durante el período 2007-2008, sin embargo por diversos factores externos y locales como la crisis económica mundial y la pandemia del virus AH1N1, se observó una disminución de la producción total, registrando un decrecimiento de 10% en 2008-2009.

### Exportaciones e importaciones

La diversificación del sector de productos plásticos hacia mercados distintos del estadounidense es menor. Las exportaciones están fuertemente concentradas en Estados Unidos, a quien en el año 2009 envió el 91% del valor total. Mientras que Canadá capta el 2%.

Después del mercado estadounidense, las exportaciones mexicanas se dirigen a los países latinoamericanos,

quienes adquieren cerca del 5%, por ejemplo Guatemala 1.44%, Costa Rica 1.02%, Rep. Dominicana 0.38%, Ecuador y Venezuela el 0.31%, cada uno.

Las exportaciones de México hacia el mundo durante el período de 2007 a 2008 registraron un aumento del 18%, sin embargo de 2008 a 2009 se observó un decrecimiento de 8%.

El principal producto que México exporta al Mundo son las vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, con una participación de 29% en el año 2009. Estos productos registraron un crecimiento significativo, ya que en el período de 2008 a 2009, aumentaron su exportación en 8%, porcentaje que los colocó en el primer sitio.

Respecto a las importaciones de México, ya no se concentran en Estados Unidos, pues su principal competencia proviene de las importaciones de China. Tan solo en el año 2009, la producción estadounidense suministró con el 61% al mercado mexicano, mientras que China participó con el 22%. Le siguen en importancia los proveedores europeos, Alemania y Francia con 2%, Italia, España y Reino Unido con 1%.

En lo que refiere a las importaciones totales mexicanas de plásticos para el hogar durante el período de 2007 a 2008 registraron un crecimiento de 4%, sin embargo en 2008-2009 se mantuvo una caída en importaciones, se observó una pérdida del 29%.

Los principales productos que México importa del Mundo referente a plásticos para el hogar son, vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, con una participación de 29% en 2009. Sin embargo, dichos productos registraron un decrecimiento de 3%, respecto al año 2008.

Es cierto que México ha diversificado sus proveedores de plásticos para el hogar, pero hacia el

mercado asiático, lo cual deja a Colombia con una participación de 0.70% en el año 2008. Sin embargo, su proveeduría decreció para el año 2009, a pesar de su vínculo comercial a través del Tratado de Libre Comercio del G3, entre México, Colombia y Venezuela. Debido a esto, se requieren mayores esfuerzos de promoción y consolidación de la oferta exportable de Colombia para aprovechar plenamente las oportunidades generadas por el acuerdo de libre comercio entre ambos países.

Las importaciones mexicanas desde Colombia descendieron en -56% a finales de 2009, situación desalentadora en comparación con el período de 2007 a 2008, en el cual se registró un crecimiento de 5%.

### Presentaciones de los principales productos

Los principales productos del sector de plásticos para el hogar son revestimientos de plástico para suelos, paredes y techos; bañeras, lavabos, asientos y tapas para sanitarios; vajillas; alfombra y tapetes; somieres y aparatos de alumbrado. Su presentación son piezas, unidades y juegos; y empaques más comunes son los de cartón, en caja esquineros para cubrir los bordes.

### Tendencias en la demanda

México cuenta con alrededor de 100 millones de habitantes (más de 97 millones según el último censo en el año 2000). Esta población se caracteriza por ser urbana (el 74%) y muy joven; el 33% de la población mexicana tiene menos de catorce años y el 61% menos de treinta.

Las personas que más demandan los productos de plástico para el hogar son mujeres entre 30 y 45 años que buscan renovar sus artículos para dar un toque diferente a su espacio. Tan sólo el 70% la decisión de compra de artículos de mesa, cocina y baño la realiza la mujer. La principal demanda

sobre los artículos de plástico son mejores precios, diseño, mayor durabilidad y resistencia.

En el caso de los artículos de plástico para la cocina, la demanda se enfoca a productos que sean fáciles de lavar que no guarden olores, que no se manchen, materiales que no se deforman con el calor, que sean óptimos para usar en microondas, horno tradicional, estufa de gas o eléctrica, además de que sea innovador, resistente, armonioso y práctico de llevar.

Otro segmento que ofrece un potencial de compras a futuro lo constituyen parejas jóvenes, quienes tienen mayor poder adquisitivo. Esta parte de la población mexicana busca nuevos estilos y tendencias para adornar su hogar, sin preocuparse por precio.

### Oportunidades para productos colombianos

Se detectaron tres productos principales en los que Colombia puede tener un gran potencial: muebles de plástico; los demás productos como contraventanas, persianas (incluidas las venecianas), similares y sus partes; y las vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina.

El principal producto que representa una oportunidad de negocio para Colombia son los muebles de plástico, que registraron un crecimiento de 1% en comparación al año 2008, situación que los colocó en segundo lugar de los principales productos importados de México, con una participación del 13% en el año 2009. Además, Colombia es el séptimo proveedor de México, con una participación de 1% en total de las importaciones.

El segundo producto con oportunidad de negocio para los exportadores colombianos son los demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas), similares y sus partes. A pesar de haber tenido una disminución en un punto porcentual respecto al año 2008, ocupan el cuarto

lugar como principales productos importados de México, con una participación de 10%, según datos de 2009. Colombia tiene una participación de 1% en las importaciones de este producto, ocupando el lugar número 11 como proveedor del mercado mexicano.

Otro producto con oportunidad de negocio para Colombia son las vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina. Estos productos representan el 29% del total de las importaciones, según datos de 2009. Aunque se ubican en primer lugar de las importaciones del mercado mexicano, este rubro perdió tres puntos porcentuales de participación de 2008 a 2009. Colombia tiene una participación de 0.08%, a pesar, de la competencia entre Estados Unidos y China, quienes juntos proveen el 87%.

### Descripción de principales canales de distribución y comercialización

Los principales canales de comercialización del sector artículos para el hogar en México son: importadores-distribuidores, mayoristas, cadenas de supermercados, cadenas de almacenes departamentales, tiendas especializadas, catálogo, tiendas detallistas como *jarcierías*<sup>1</sup> y mercados sobre ruedas.

Los fabricantes distribuyen sus mercancías directamente en los supermercados y grandes cadenas de almacenes y tiendas especializadas, teniendo como ventaja que no incurrir en márgenes de intermediación y un trato directo con estas tiendas. Muchos fabricantes han optado por comercializar directamente su producto a través de puntos de venta propios y capturar a los clientes finales mediante precios especiales.

Como exportador, para poder ingresar la mercancía a México debe contactar a distribuidores

mayoristas como primer canal o bien, si se tiene la capacidad, acercarse a los representantes de compras de almacenes o tiendas especializadas que cuentan con la capacidad para efectuar la importación directa de los productos.

Los importadores y distribuidores a su vez pueden comercializar grandes volúmenes de artículos de plástico para el hogar a través de los siguientes canales:

- a. Cadenas de supermercados como Costco, Wal-Mart, Comercial Mexicana, Soriana, Sam's Club, entre otros.
- b. Cadenas de almacenes o tiendas departamentales como Home & More, Sears, Liverpool, entre otros.
- c. Tiendas especializadas como Tupperware y Zara Home.

La venta por catálogo es un canal de comercialización utilizado por las empresas con volúmenes de producción elevados, siendo un mecanismo de venta que permite llegar a muchas regiones del país con atención directa y personalizada. Este canal de distribución se ha hecho muy popular y exitoso en México porque estableció el sistema de ventas directas, un gran ejemplo es Tupperware y Betterware.

Los mayoristas actúan como distribuidores de los artículos de plástico para el hogar y los desplazan hacia tiendas locales o detallistas como *jarcierías* y los mercados sobre ruedas (*tianguis*), llegando con facilidad al consumidor final.

El mercado sobre ruedas, mejor conocido en México como *tianguis*, que sin lugar a duda es uno de los canales que mayor volumen de venta maneja. Sin embargo, es un mercado informal y los precios que ofrece son bastante bajos, debido

---

1. Una *Jarciería* es una pequeña tienda de barrio donde se pueden encontrar productos para el hogar como cuerdas, artículos de plástico (envases, cubetas, escobas), productos de limpieza, entre otros



a que no presentan costos fiscales ni operativos. En este tipo de mercados se encuentra mercancía de contrabando o artículos de plástico asiáticos. Dirigido básicamente a población de menor poder adquisitivo.

### **Requerimientos y condiciones específicas por canal de distribución y comercialización.**

Dentro de los diversos canales de distribución existentes en México para el sector de artículos de plástico para el hogar (Importadores, Supermercados, Distribuidores, Mayoristas, Tiendas Departamentales, Especializadas y de detalle), se manejan diversos requerimientos y condiciones de pago y cobranza, que deben de considerar los nuevos proveedores, en especial aquellos que no son locales.

El descuento habitual en la distribución de artículos de plástico para el hogar es el descuento por promoción, que se encuentra entre el 4% - 15% sobre el precio de venta al público. El descuento adicional en los artículos de plástico, puede ser por alguna venta de temporada, la cual se establece entre un 2% - 8%, dependiendo del centro de distribución.

Se aconseja aplicar una política de precio neto, sin descuentos. De igual forma, se acostumbra recomendar un precio de venta al público, así como negociar con el distribuidor las políticas de devoluciones y causa en caso que los artículos de plástico muestren algún daño por fabricación o manejo de los distribuidores o comercializadores.

### **Análisis del entorno competitivo**

Los cuatro principales competidores extranjeros en el mercado de artículos de plástico para el hogar mexicano son Estados Unidos, en primer lugar con alrededor de un 61% de participación global, seguido de China con 22%, Alemania y Taiwán con 2%, respectivamente. A continuación se pre-

sentan sus principales fortalezas y debilidades, así como los principales productos que exportan a México.

La tendencia de importación de productos provenientes de China y Taiwán va en incremento, y no existen barreras en la actualidad para detener la entrada de estos productos al mercado mexicano, lo que demuestra que la industria nacional no es lo suficientemente fuerte para contrarrestar este ingreso.

### **Proceso de importación**

Los principales puertos de entrada de los productos colombianos son el Puerto de Manzanillo en el Océano Pacífico y los puertos de Veracruz y Tampico en el Golfo de México. Colombia y México cuentan con un Tratado de Libre Comercio que ha promovido el intercambio comercial entre ambos países, aunque todavía hay mucho esfuerzo por hacer.

Con respecto a las regulaciones arancelarias y no arancelarias, las importaciones de productos de plástico para el hogar están exentas del pago de arancel. Para el pago del Impuesto al Valor agregado se debe pagar un IVA general del 16%. Si los productos tienen destino para su comercialización en la zona de Región Fronteriza deben de pagar un 11% de IVA.

Respecto a las regulaciones las únicas partidas y fracciones que están sujetas al cumplimiento de la Norma Oficial Mexicana actual denominada NOM-050-SCFI-2004 son las siguientes: 3918, 3922, 3924, 5703, 9403, 940410. Y para la NOM-004-SCFI-2006 sobre información comercial-etiquetado comercial para la subpartida: 570320.

### **Estrategias de promoción y marketing**

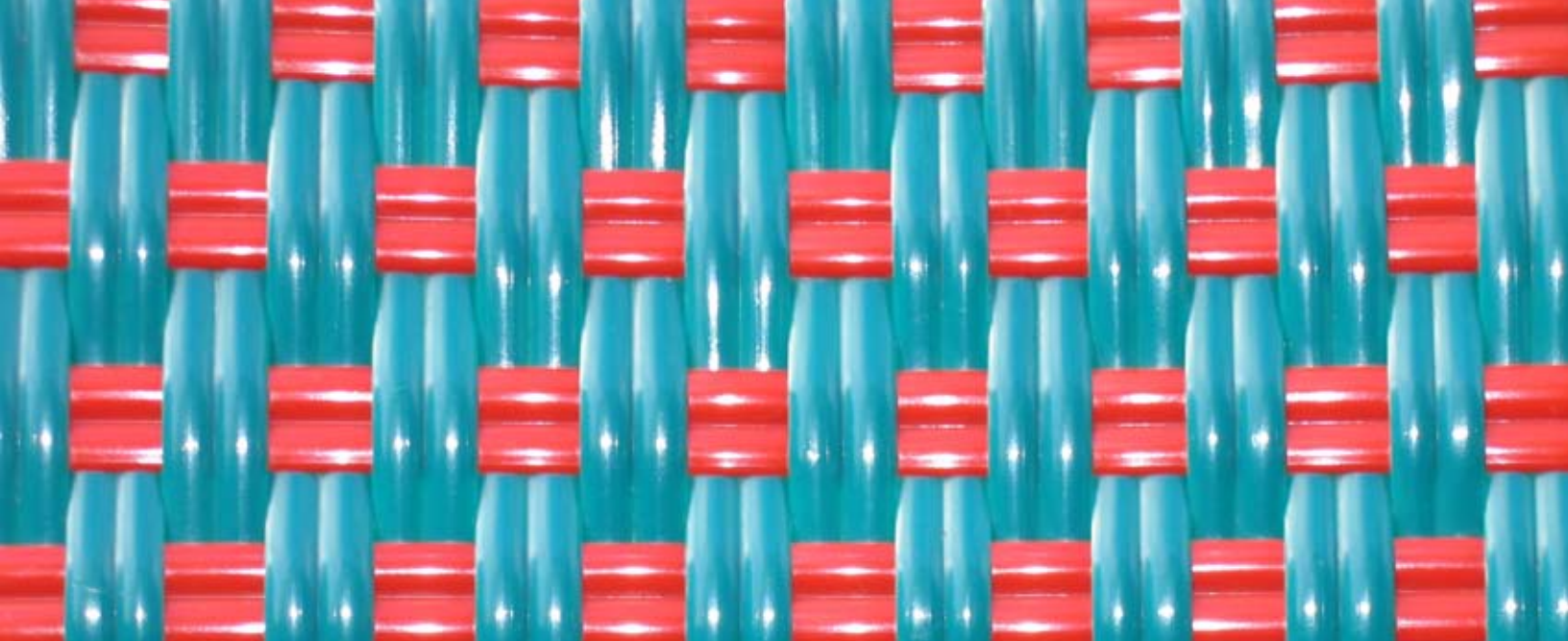
La principal estrategia que recomendamos para los exportadores de plásticos para el hogar es el

acercamiento directo a distribuidoras, mayoristas, comercializadoras, supermercados, tiendas departamentales y especializadas, para permitir el conocimiento de los productos ofertados.

Búsqueda y conocimiento de importadores y distribuidores en las principales ciudades de México, por medio de eventos, ferias y exposiciones en las principales ciudades como Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey como: Plastimagen, Expo Plásticos, Artioplast y Antad.

Se debe de publicitar en revistas especializadas y de dominio público, a fin que tanto la industria como los consumidores conozcan las marcas y productos. Se recomienda realizar una campaña de imagen-país referente a los productos de origen Colombiano, a fin de que el consumidor mexicano los identifique claramente del resto de los productos del mercado.

Las misiones de prospección son también un medio eficaz que los productores colombianos de plástico, se recomienda visitar a empresas medianas y pequeñas para evaluar la alianza con posibles distribuidores, representantes o cadenas de supermercados al mismo tiempo que conocen a detalle la oferta que existe en el país.



## 1. Descripción general del sector

El presente estudio realiza un análisis de las oportunidades existentes para el sector de plásticos para el hogar colombiano en México. Con base en el potencial exportable de este sector en Colombia, la Cámara de Comercio de Bogotá determinó que el estudio se realizara para partidas y fracciones seleccionadas del capítulo 39, 57 y 94, del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías que engloba a los productos de plásticos para el hogar.

El estudio tiene como objetivo proporcionar al exportador colombiano la información necesaria para evaluar las posibilidades de exportación para su empresa y estructurar su estrategia de penetración de mercados dentro del sector de artículos para el hogar.

### 1.1 Introducción general al sector

La industria del plástico en México ha atravesado por varias etapas importantes que determinan su situación actual. Cuando México firmó el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, consideró favorables a sus intereses las políticas de un mercado libre con Estados Unidos y Canadá, lo cual se reflejaría en tasas de crecimiento de la

economía mexicana. Estas expectativas no tardaron en concretarse, ya que en los primeros cinco años del TLCAN, la industria del plástico en México incrementó su producción y logró crecer apoyada en las exportaciones manufactureras.

Entre 2001 y 2005, el sector de plásticos en México persistía en lograr su consolidación, un aumento de la inversión y productividad. En la actualidad, el sector del plástico enfrenta diversos problemas como el desempleo, la carente demanda doméstica, la falta de inversión pública y privada, destacando el elevado costo de las materias primas.

La producción de artículos de plástico es una de las actividades más complejas del sector químico en virtud de su diversificación, tanto en términos de los productos elaborados como por el número de mercados hacia los que destina su producción.

El sector del plástico en México está relacionado con la producción de petroquímicos, sector que a su vez se vincula con el petróleo y el gas natural. Un atributo relevante de la industria del plástico es su elevada capacidad para generar valor agregado, pues mientras que la industria petroquímica

adiciona 4,5 veces el valor agregado respecto al petróleo crudo y las resinas sintéticas 23 veces, el valor añadido a los productos plásticos es estimado en 60 veces.

La importancia actual de la industria del plástico en el mercado mexicano se confirma, entre otros elementos, por el crecimiento en el consumo de artículos de plástico, ya que han ganado preferencia por su precio, resistencia, diseño y calidad frente a otros productos de vidrio, madera o aluminio utilizados en el hogar.

Actualmente, el consumo de plástico por mexicano rebasa los 45 kg/hab. En cuanto a las estadísticas internacionales, México ocupa el lugar 12° en el ranking de los principales países consumidores de plástico, en tanto que el gigante asiático, China, es el número 10.

Las principales ramas demandantes de la industria del plástico en México son, además del sector de envase y empaque, el de la construcción y consumo, debido a las ventajas que ha generado la sustitución de materiales como el cobre, acero y madera en la fabricación de productos que abastecen a estas industrias. También el sector de artículos de plástico para el hogar ha aumentado debido a su precio, resistencia, diseño y calidad.

La industria del plástico se compone de unas 4.500 empresas transformadoras que dan empleo a alrededor de 180 mil personas. El 84% de estas empresas son micro y pequeñas, el 12% medianas y el 4% grandes. Sin embargo, la industria nacional de artículos de plástico para el hogar ha experimentado una pérdida en la participación del mercado nacional, debido principalmente a la presencia de producto importado, lo que ha generado una caída en los niveles de producción, ventas, empleo y utilización de la capacidad instalada.

El precio de los productos de plástico, generalmente, es afectado por la importación de mercancías de bajo costo y en cantidades masivas provenientes de países como Taiwán, Indonesia, Corea y China. Las empresas comercializadoras, minoristas y detallistas, han disminuido su compra a empresas nacionales, sustituyendo por producto importado a precios inferiores que los que se consiguen en la industria nacional, generando caída de las ventas del mercado interno para los fabricantes mexicanos.

La industria manufacturera mexicana de artículos de plástico para el hogar ha sufrido severas crisis, algunas debido a la contracción económica de México, otras por el impacto del producto importado. La industria ha realizado reconversiones en su planta productiva, lo cual promete una reactivación del consumo.

## 1.2 Fortalezas y debilidades

Las principales fortalezas de la industria de artículos de plástico para el hogar son: la demanda de productos de plástico se encuentra estrechamente vinculada al crecimiento de la población y, en países con niveles de industrialización medio como México, el aumento en la demanda es significativamente mayor al de los países industrializados. Los mayores consumidores son las mujeres que desean reducir costos y, los matrimonios jóvenes. Además los productos de plástico para el hogar cuentan con un elevado valor agregado.

Las debilidades de la industria de artículos de plástico para el hogar incluyen la importación de productos de bajo costo de países como China e Indonesia, lo que ejerce una fuerte presión al industrial mexicano para que baje el nivel de precios y los iguale al del producto importado. No sólo México sino el resto de los países tienden a bajar los precios para competir con los asiáticos.

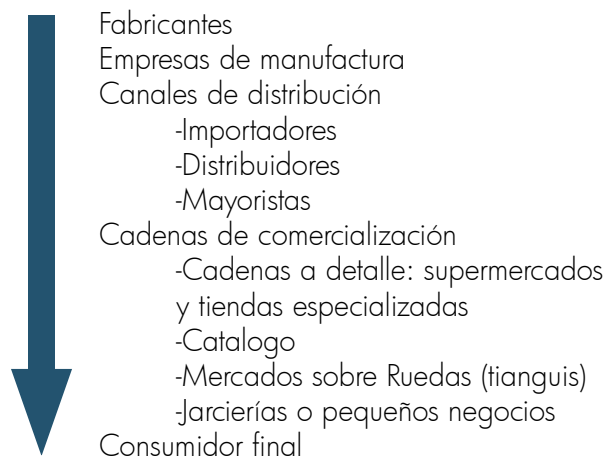
### 1.3 Distribución geográfica

Los principales centros de producción de la industria del plástico se ubican en el Distrito Federal y Estado de México, donde se concentran el 55% de las unidades productoras, le sigue en importancia Jalisco que concentra el 13% y Nuevo León el 12%. También se ubican importantes centros de producción en los estados de Baja California, Chihuahua, Tamaulipas y Coahuila, los cuales se encuentran muy ligados a la industria maquiladora.

### 1.4 Principales actores

La cadena de proveeduría del sector de productos de plástico para el hogar está conformada por los siguientes actores:

**Gráfico 1. Cadena de proveeduría del sector productos de plástico para el hogar**



Fuente: Elaboración propia Business Connect.





## 2. Principales estadísticas del mercado

### 2.1 Producción total

De acuerdo con la siguiente tabla, del Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía de México (INEGI) la producción manufacturera de artículos de plásticos para el hogar en México registró un

crecimiento de 1% durante el período 2007-2008, sin embargo por la crisis económica mundial, se observó una disminución de la producción total, registrando un decrecimiento de 10% en 2008-2009.

Tabla 1. Valor y volumen de la producción manufacturera de artículos de plástico para el hogar en México.

Periodo	2007		2008		2009		Variación %		Participación %		
	Valor (Miles de dólares)	Volumen (Miles de piezas)	Valor (Miles de dólares)	Volumen (Miles de piezas)	Valor (Miles de dólares)	Volumen (Miles de piezas)	2007- 2008	2008- 2009	2007	2008	2009
Productos desechables para servicio de mesa - Charolas	7,076,263	2,791,340	7,387,788	2,826,144	8,026,550	3,423,724	4%	9%	24.7%	20.9%	19.1%
Productos desechables para servicio de mesa - Cubiertos	3,384,313	2,462,442	3,717,188	2,213,590	3,070,275	2,067,850	10%	-17%	14.9%	16.4%	16.9%
Productos desechables para servicio de mesa - Platos	4,483,113	1,939,026	4,889,988	1,865,344	3,713,238	1,697,251	9%	-24%	12.2%	13.8%	13.3%
Productos desechables para servicio de mesa - Vasos	13,809,975	7,119,682	16,235,950	6,340,943	14,433,088	6,537,580	18%	-11%	47.2%	46.9%	48.8%
Utensilios para mesa y/o cocina - Otros (especificar)	25,662,425	53,510	20,072,838	65,434	20,265,525	61,009	-22%	1%	0.4%	0.5%	0.4%
Otros artículos de plástico de uso doméstico - Ganchos para ropa	1,896,963	182,237	1,777,488	119,855	216,125	8,742	-6%	-88%	0.1%	0.9%	1.2%
Otros artículos de plástico de uso doméstico - Otros (especificar)	1,701,875	10,466	1,610,038	10,078	407,788	4,926	-5%	-75%	0.0%	0.1%	0.1%
Muebles de plástico sin reforzar - Mesas	2,777,300	1,369	2,587,575	1,127	1,770,188	751	-7%	-32%	0.0%	0.0%	0.0%
Muebles de plástico sin reforzar - Sillas	4,288,263	6,350	5,177,488	6,764	4,691,963	5,780	21%	-9%	0.0%	0.1%	0.0%
Otros artículos de plástico - Otros (especificar)	4,223,275	36,179	6,335,513	63,377	6,062,750	54,586	50%	-4%	0.4%	0.5%	0.2%
<b>Total</b>	<b>69,303,763</b>	<b>14,602,601</b>	<b>69,791,850</b>	<b>13,512,656</b>	<b>62,657,488</b>	<b>13,862,199</b>	<b>1%</b>	<b>-10%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía de México (INEGI)

Nota: Todos los valores se muestran en dólares, con tipo de cambio: 1 dólar = 13 pesos mexicanos.

El principal producto que encabeza la industria manufacturera de artículos de plástico para el hogar son, los productos desechables para servicio de mesa como vasos con una participación de 48.8% en 2009 de toda la producción, además presentó un crecimiento de 2% respecto al año 2008, estadísticas que lo mantienen en primer lugar.

Le sigue los productos desechables para servicio de mesa como charolas, que a diferencia de los vasos, muestran una disminución de 1.8% en 2009, colocándose en segundo lugar con 19.1%. En tercer lugar, se encuentran los productos desechables para servicio de mesa como cubiertos, dichos productos registraron un crecimiento de 0.5%, ubicándose en 16.9% a finales del año 2009.

También, se observa la casi nula producción de muebles de plástico sin reforzar como mesas y sillas, si bien tuvieron participación activa en 2007, para el siguiente período su participación disminuyó considerablemente, prácticamente se abandonó.

## 2.2 Exportaciones totales de productos al mundo, incluyendo principales países destino

La diversificación del comercio exterior mexicano hacia otros mercados distintos al estadounidense es mínima, a pesar de que México ha firmado acuerdos de libre comercio con diversos países y áreas comerciales. Tan sólo las exportaciones mexicanas sobre plásticos para el hogar, están fuertemente concentradas en su socio del TLCAN, Estados Unidos, a quien en el año 2009 envió el 91% del valor total. Mientras que Canadá capta el 2%.

El mercado latinoamericano adquiere cerca del 5% de las exportaciones mexicanas sobre productos de plástico para el hogar, por ejemplo Guatemala 1.44%, Costa Rica 1.02%, Rep. Dominicana 0.38%, Ecuador y Venezuela el 0.31%, cada uno. Colombia capta el 0.52% de valor total, porcentaje que se ha mantenido desde el año 2008, registrando un aumento de 5% para el periodo 2007-2008 y una importante variación positiva de 87% en el periodo 2008-2009.

Tabla 2. Estadísticas de Exportación de México hacia el Mundo 2007-2009.

País	2007		2008		2009		% Variación		% Participación	
	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009	2008	2009
Estados Unidos	397,198,263	98,392,520	461,238,069	104,951,113	425,904,910	93,896,180	16%	-8%	91%	91%
Canadá	5,401,006	905,765	10,325,492	673,893	8,328,631	459,524	91%	-19%	2%	2%
Guatemala	5,065,731	1,301,381	6,174,216	1,635,269	6,721,984	1,634,352	22%	9%	1.21%	1.44%
Costa Rica	4,495,798	1,116,205	4,189,281	956,637	4,750,008	1,022,520	-7%	13%	0.82%	1.02%
Colombia	1,231,377	181,287	1,293,201	213,402	2,418,612	242,166	5%	87%	0.25%	0.52%
Rep. Dominicana	471,458	107,864	890,062	212,582	1,777,876	396,194	89%	100%	0.17%	0.38%
Ecuador	946,900	205,073	1,095,035	215,335	1,448,849	318,821	16%	32%	0.22%	0.31%
Venezuela	2,757,782	492,202	1,759,067	330,651	1,443,853	232,140	-36%	-18%	0.35%	0.31%
Brasil	322,194	46,639	918,339	138,139	1,264,454	160,114	185%	38%	0.18%	0.27%
Panamá	591,012	234,278	862,406	280,955	1,030,367	302,972	46%	19%	0.17%	0.22%
Puerto Rico	1,022,849	677,482	1,329,170	829,501	1,002,241	621,599	30%	-25%	0.26%	0.21%
Otros	13,119,163	3,269,941	19,188,420	4,676,357	11,336,624	3,033,808	46%	-41%	4%	2%
<b>Total El Mundo</b>	<b>432,623,533</b>	<b>106,930,637</b>	<b>509,262,758</b>	<b>115,113,834</b>	<b>467,428,409</b>	<b>102,320,390</b>	<b>18%</b>	<b>-8%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Global Trade Atlas

Las exportaciones de México hacia el mundo durante el período de 2007 a 2008 registraron un aumento del 18%, sin embargo de 2008 a 2009 se observó un decrecimiento de 8% debido a la crisis financiera de Estados Unidos y la crisis económica mundial, lo cual afectó las perspectivas de crecimiento del sector de plásticos para el hogar.

## 2.3 Importación total de productos, incluyendo los principales países proveedores

A diferencia de las exportaciones, las importaciones de México sobre plásticos para el hogar, ya no se concentran en Estados Unidos, pues su principal competencia proviene de las importaciones de China. Tan solo en el año 2009, la producción estadounidense suministró con el 61% al mercado mexicano, mientras que China participó con el 22%. Le siguen en importancia los proveedores

europeos, Alemania y Francia con 2%, Italia, España y Reino Unido con 1%.

México ha diversificado sus proveedores de plásticos para el hogar, dándole oportunidad a los productos latinoamericanos, encabezados por Brasil, quien suministra a México con 1% del valor total.

Colombia participó con el 0.70% en el año 2008, sin embargo, su proveeduría decreció para el año 2009, a pesar de su vínculo comercial a través del Tratado de Libre Comercio del G3, entre México, Colombia y Venezuela. Por lo cual, se requieren mayores esfuerzos de promoción y consolidación de la oferta exportable de Colombia para aprovechar plenamente las oportunidades generadas por el acuerdo de libre comercio entre ambos países. Los productos referentes a plásticos para el hogar colombianos deben competir con los artículos de Estados Unidos y algunos países asiáticos que dominan el mercado mexicano

Tabla 3. Estadísticas de Importación de México desde el Mundo 2007-2009.

País	2007		2008		2009		% Variación		% Participación	
	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009	2008	2009
Estados Unidos	247,421,582	86,604,886	253,046,761	153,066,910	176,115,227	33,366,040	2%	-30%	63%	61%
China	72,864,094	26,263,110	82,726,102	25,265,815	62,835,347	19,160,250	14%	-24%	20%	22%
Alemania	6,285,925	567,181	6,969,691	607,847	5,777,736	540,728	11%	-17%	2%	2%
Taiwán	6,011,038	1,372,284	5,343,380	1,522,662	5,659,489	1,430,247	-11%	6%	1%	2%
Francia	7,141,077	1,079,502	5,170,765	612,819	4,798,356	564,520	-28%	-7%	1%	2%
Canadá	5,689,977	1,099,885	6,244,649	848,599	4,444,950	637,798	10%	-29%	2%	2%
Italia	5,943,516	542,078	6,676,883	396,462	4,085,725	323,064	12%	-39%	2%	1%
España	5,885,311	582,888	4,876,742	393,097	3,184,505	256,821	-17%	-35%	1%	1%
Reino Unido	2,205,409	429,160	1,888,474	275,272	2,952,104	584,949	-14%	56%	0%	1%
Tailandia	1,551,391	422,758	1,999,800	289,623	1,616,111	229,886	29%	-19%	0%	1%
Brasil	1,738,924	214,769	1,753,528	190,096	1,527,249	143,987	1%	-13%	0%	1%
Colombia	1,514,994	359,182	1,587,458	197,077	703,744	96,118	5%	-56%	0.70%	0.57%
Otros	24,797,417	4,393,430	26,062,761	4,145,712	13,865,736	2,450,765	5%	-47%	6%	5%
<b>Total El Mundo</b>	<b>389,050,655</b>	<b>123,931,113</b>	<b>404,346,994</b>	<b>187,811,991</b>	<b>287,566,279</b>	<b>59,785,173</b>	<b>4%</b>	<b>-29%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Global Trade Atlas.

En lo que refiere a las importaciones totales mexicanas de plásticos para el hogar durante el período de 2007 a 2008, éstas registraron un crecimiento

de 4%, sin embargo en 2008-2009 se mantuvo una caída en importaciones, observándose un decrecimiento del 29%.



## 2.4 Principales productos exportados, incluyendo países destino

Los principales productos que México exporta al Mundo referentes al sector de plásticos para el hogar son, vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, con una participación de 29% en el año 2009. Estos productos registraron un crecimiento significativo, ya que en período de

2008 a 2009, aumentaron su exportación en 8%, porcentaje que los colocó en el primer sitio.

Mientras que las contraventanas, persianas (incluidas las venecianas), similares y sus partes, ocupan el segundo lugar con 19% en 2009. En tercer lugar, se encuentran los demás productos sobre colchones de caucho o plásticos celulares, con 15%.

Tabla 4. Principales productos exportados de México al Mundo 2007-2009.

Fracción	Descripción	2007		2008		2009		% Variación		% Part.	
		Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009	2008	2009
39241001	Vajilla y demás arts para el servicio de mesa o de cocina	88,399,370	27,180,070	125,713,872	33,542,032	136,348,479	34,828,755	42%	8%	25%	29%
39253001	Contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y arts. similares, y sus partes.	104,226,526	19,864,377	103,091,098	19,531,178	89,844,663	18,242,019	-1%	-13%	20%	19%
39259099	Demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y arts. similares, y sus partes.	112,364,651	31,913,878	115,862,528	31,847,671	76,927,040	20,125,094	3%	-34%	23%	16%
94042199	Demás productos sobre colchones de caucho o plástico celulares, recubiertos o no	48,661,690	677,483	73,788,559	802,454	71,287,804	742,225	52%	-3%	14%	15%
39221001	Bañeras, duchas, fregaderos y lavabos.	19,454,646	3,410,614	21,145,239	4,395,509	26,288,357	5,935,377	9%	24%	4%	6%
94042101	Colchonetas	14,960,276	3,769,710	19,816,511	4,432,144	20,314,025	4,275,824	32%	3%	4%	4%
94037099	Demás productos sobre muebles de plástico	7,361,629	1,487,156	6,731,826	300,353	9,736,352	586,965	-9%	45%	1%	2%
39181001	Baldosas (losetas) vinílicas, para recubrimientos en pisos	8,287,856	10,346,623	8,477,015	10,660,288	8,883,230	10,898,996	2%	5%	2%	2%
94059201	Aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y arts similares, con fuente de luz inseparable, y sus partes no expresadas ni comprendidos en otra parte, de plástico	6,763,529	1,657,530	8,282,804	2,400,508	6,309,502	1,989,902	22%	-24%	2%	1%
39252001	Puertas, ventanas, sus marcos, contramarcos y umbrales	10,244,310	2,160,502	8,854,831	1,884,336	5,807,148	1,554,940	-14%	-34%	2%	1%
Otros		11,899,050	4,462,694	17,498,475	5,317,361	15,681,809	3,140,293	47%	-10%	3%	3%
<b>Total El Mundo</b>		<b>432,623,533</b>	<b>106,930,637</b>	<b>509,262,758</b>	<b>115,113,834</b>	<b>467,428,409</b>	<b>102,320,390</b>	<b>18%</b>	<b>-8%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Global Trade Atlas

De acuerdo con la siguiente tabla, Estados Unidos continúa absorbiendo la mayoría de las exportaciones mexicanas sobre plásticos para el hogar. Por lo cual, Estados Unidos ocupa el primer lugar como importador de todas las fracciones sobre

este sector, respecto a 2009. Le siguen Guatemala, Venezuela, Costa Rica, Panamá, Chile, El Salvador y Canadá, principalmente, como países de destino del resto de las exportaciones de México.

Tabla 5. Principales países de destino de las exportaciones mexicanas 2009.

Fracción	Descripción	2009					
		1	2	3	4	5	
39241001	Vajilla y demás arts para el servicio de mesa o de cocina	Estados Unidos 84%	Guatemala 4%	Costa Rica 3%	Rep. Dominicana 1.17%	Ecuador 0.74%	Colombia (7) 0.60%
39253001	Contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y arts. similares, y sus partes.	Estados Unidos 99.76%	Cuba 0.14%	Jamaica 0.06%	Panamá 0.03%	Chile 0.01%	Colombia (10) 0.00%
39259099	Demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y arts. similares, y sus partes.	Estados Unidos 95%	Venezuela 0.98%	Costa Rica 0.79%	Panamá 0.55%	Guatemala 0.51%	Colombia (10) 0.27%
94042199	Demás productos sobre colchones de caucho o plástico celulares, recubiertos o no	Estados Unidos 91%	Canadá 8.90%	Rep. Dominicana 0.18%	Ecuador 0.10%	Colombia 0.02%	Holanda 0.02%
39221001	Bañeras, duchas, fregaderos y lavabos.	Estados Unidos 98%	Canadá 0.53%	Venezuela 0.41%	Reino Unido 0.19%	Uruguay 0.18%	Colombia (8) 0.12%
94042101	Colchonetas	Estados Unidos 98%	Canadá 2%	Jamaica 1.21%	Ecuador 0.84%	Colombia 0.66%	Rep. Dominicana 0.21%
94037099	Demás productos sobre muebles de plástico	Estados Unidos 65%	Colombia 12%	Brasil 5%	Costa Rica 4%	Chile 2%	Argentina 2%
39181001	Baldosas (losetas) vinílicas, para recubrimientos en pisos	Estados Unidos 91%	Vietnam 3%	Puerto Rico 2%	Guatemala 2%	Chile 1%	Colombia N/A
94059201	Aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y arts similares, con fuente de luz inseparable, y sus partes no expresadas ni comprendidas en otra parte, de plástico	Estados Unidos 97%	Colombia 1%	Jamaica 1%	Costa Rica 0.41%	Puerto Rico 0.35%	El Salvador 0.26%
39252001	Puertas, ventanas, sus marcos, contramarcos y umbrales	Estados Unidos 94%	Trinidad y Tobago 2%	Panamá 1%	Cuba 1%	Canadá 1%	Colombia N/A

Fuente: Global Trade Atlas

En cuanto a Colombia, ha logrado colocarse en el séptimo y octavo lugar como país de destino de las exportaciones mexicanas de productos como vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina; y bañeras, duchas, fregaderos y lavabos.

## 2.5 Principales productos importados, incluyendo los países de origen de las mercancías

De acuerdo con la siguiente tabla, los principales productos que México importa del Mundo sobre plásticos para el hogar son, vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, con

una participación de 29% en 2009. Sin embargo, dichos productos registraron un decrecimiento de 3%, respecto al año 2008.

Los productos de la fracción 94037099 sobre los demás artículos referentes a muebles de plástico, ocupan el segundo lugar con 13% de participación. En tercer lugar, se encuentra la fracción 57032099 sobre los demás productos referentes a tapetes de superficie inferior a 5.25 m<sup>2</sup>, con 11% de participación en 2009.

Es necesario señalar que las diez principales fracciones de plásticos para el hogar, ocupan el 91% de las importaciones totales del mundo, de acuerdo a 2009.

Tabla 6. Principales productos importados por México desde el Mundo 2007-2009.

Fracción	Descripción	2007		2008		2009		% Variación		% Part.	
		Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009	2008	2009
39241001	Vajilla y demás arts para el servicio de mesa o de cocina	117,147,348	36,954,215	129,036,249	40,314,671	82,373,924	25,214,214	10%	-36%	32%	29%
94037099	Demás arts. sobre muebles de plástico	54,649,810	2,270,305	49,785,333	1,910,531	38,082,519	1,545,254	-9%	-24%	12%	13%
57032099	Demás productos sobre tapetes de superficie inferior a 5.25 m².	55,148,830	12,193,019	50,216,262	10,353,821	30,608,490	5,030,156	-9%	-39%	12%	11%
39259099	Demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y arts similares, y sus partes.	37,696,555	7,137,710	42,543,543	71,295,974	29,434,880	6,260,628	13%	-31%	11%	10%
94059201	Aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y arts similares, con fuente de luz inseparable, y sus partes no expresados ni comprendidos en otra parte, de plástico	20,989,430	25,492,173	25,147,957	25,099,489	22,700,655	5,317,504	20%	-10%	6%	8%
39253001	Contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y artículos similares, y sus partes.	20,711,132	5,482,612	22,942,627	4,728,068	19,528,545	4,125,323	11%	-15%	6%	7%
39189099	Demás productos sobre revestimientos de plástico para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas; para paredes o techos	11,303,133	2,833,623	13,685,800	3,248,823	11,413,386	3,103,547	21%	-17%	3%	4%
57032001	Tapetes de superficie inferior a 5.25 m².	15,515,403	1,162,051	17,731,631	1,216,876	11,178,742	745,934	14%	-37%	4%	4%
39222001	Asientos y tapas de inodoros	7,106,719	1,951,044	6,641,834	1,651,709	9,600,327	2,364,624	-7%	45%	2%	3%
39181001	Baldosas (losetas) vinílicas, para recubrimientos en pisos	10,822,670	12,280,077	10,129,627	12,655,318	7,867,106	1,984,935	-6%	-22%	3%	3%
	Otros	37,959,625	16,174,284	36,486,131	15,336,711	24,777,705	4,093,054	-4%	-32%	9%	9%
	<b>Total El Mundo</b>	<b>389,050,655</b>	<b>123,931,113</b>	<b>404,346,994</b>	<b>187,811,991</b>	<b>287,566,279</b>	<b>59,785,173</b>	<b>4%</b>	<b>-29%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Global Trade Atlas

De acuerdo con la siguiente tabla, Estados Unidos solo ha sido desplazado en un producto como principal país proveedor de México referente a plásticos para el hogar. La participación de los productos estadounidenses en el mercado mexicano continúa siendo dominante frente a los productos asiáticos o europeos.

China ocupa el primer lugar como proveedor de México en un solo producto: vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, con una participación de 44%, en segundo lugar se encuentra Estados Unidos con el 43%.

Tabla 7. Principales países proveedores de México 2009.

Fracción	Descripción	2009					
		1	2	3	4	5	
39241001	Vajilla y demás arts para el servicio de mesa o de cocina	China 44%	Estados Unidos 43%	Francia 2%	Taiwán 2%	Taiwán 2%	Colombia (20) 0.08%
94037099	Demás arts. sobre muebles de plástico	Estados Unidos 62%	China 26%	Canadá 2%	Israel 2%	Israel 2%	Colombia (7) 1%
57032099	Demás productos sobre tapetes de superficie inferior a 5.25 m².	Estados Unidos 82%	Alemania 13%	Bélgica 2%	Canadá 1%	Canadá 1%	Colombia N/A
39259099	Demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y arts similares, y sus partes.	Estados Unidos 57%	China 11%	Canadá 8%	España 6%	España 6%	Colombia (11) 1%
94059201	Aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y arts similares, con fuente de luz inseparable, y sus partes no expresados ni comprendidos en otra parte, de plástico	Estados Unidos 81%	China 11%	Italia 3%	España 1%	España 1%	Colombia (18) 0.03%

39253001	Contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y artículos similares, y sus partes.	Estados Unidos 67%	China 24%	España 2%	Taiwán 2%	Taiwán 2%	Colombia (15) 0.05%
39189099	Demás productos sobre revestimientos de plástico para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas; para paredes o techos	Estados Unidos 67%	Taiwán 18%	China 8%	Corea del Sur 2%	Corea del Sur 2%	Colombia N/A
57032001	Tapetes de superficie inferior a 5.25 m².	Estados Unidos 89%	Francia 3%	China 2%	Holanda 2%	Holanda 2%	Colombia (14) 0.07%
39222001	Asientos y tapas de inodoros	Estados Unidos 82%	China 15%	Dinamarca 1%	Italia 0.48%	Italia 0.48%	Colombia (13) 0.04%
39181001	Baldosas (losetas) vinílicas, para recubrimientos en pisos	Estados Unidos 44%	Reino Unido 13%	China 11%	Francia 10%	Francia 10%	Colombia N/A

Fuente: Global Trade Atlas

Otros productos de China que compiten con los estadounidenses son los demás artículos sobre muebles de plástico, con el 26% de participación; contraventanas, persianas (incluidas las venecianas), similares y sus partes con el 24%; y asientos y tapas de inodoros con el 15%.

Colombia, logró colocarse en el séptimo lugar como país proveedor de la fracción 94037099 sobre los demás artículos referentes a muebles de plástico, con una participación de 1%. También, ocupa el onceavo lugar sobre los demás productos referentes a contraventanas, persianas (incluidas las venecianas), similares y sus partes, con un 1%.

## 2.6 Importaciones por país de origen e importaciones colombianas

De acuerdo con la siguiente tabla, los principales productos que México importa de Colombia respecto a plásticos para el hogar son, los demás artículos referentes a muebles de plástico, con un valor de \$324.580 dólares. Dichos productos registraron un crecimiento de 498% durante 2007 a 2008, sin embargo a finales de 2009 decrecieron en 60%.

En segundo lugar se encuentran los demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas), similares y sus partes, con un valor de \$272.763 dólares; y las vajilla y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, con un valor de \$62.699 de dólares.

Tabla 8. Principales Productos Importados por México desde Colombia.

Fracción	Descripción	2007		2008		2009		% Variación		% Part.	
		Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009	2008	2009
94037099	Demás arts sobre muebles de plástico	134,577	18,692	805,115	31,490	324,580	6,397	498%	-60%	0.20%	0.11%
39259099	Demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y arts similares, y sus partes.	314,781	57,784	444,190	96,163	272,763	67,395	41%	-39%	0.11%	0.09%
39241001	Vajilla y demás arts para el servicio de mesa o de cocina	403,069	83,782	59,534	4,700	62,699	17,938	-85%	5%	0.01%	0.02%
39221001	Bañeros, duchas, fregaderos y lavabos.	8,293	473	101	52	16,067	3,310	-99%	15808%	0.00%	0.01%
39253001	Contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y arts similares, y sus partes.	0	0	13,674	100	9,080	100	0%	-34%	0.00%	0.00%
57032001	Tapetes de superficie inferior a 5.25 m².	0	0	0	0	8,109	339	0%	0%	0.00%	0.00%
94059201	Aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y arts similares, con fuente de luz inseparable, y sus partes no expresadas ni comprendidas en otra parte, de plástico	875	24	0	0	6,112	122	-100%	0%	0.00%	0.00%
39222001	Asientos y tapas de inodoros.	604,033	157,557	257,882	64,296	4,217	516	-57%	-98%	0.06%	0.00%
	Otros	387,585,027	123,612,801	402,766,498	187,615,190	286,862,535	59,689,055	4%	-29%	99.61%	99.76%
	<b>Total El Mundo</b>	<b>389,050,655</b>	<b>123,931,113</b>	<b>404,346,994</b>	<b>187,811,991</b>	<b>287,566,279</b>	<b>59,785,173</b>	<b>4%</b>	<b>-29%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Global Trade Atlas

Colombia participó con el 0,25% en el año 2009, a pesar de su vínculo comercial a través del Tratado de Libre Comercio del G3, entre México, Colombia y Venezuela. Esta situación requiere mayores esfuerzos de promoción y consolidación de la oferta exportable de Colombia para aprovechar plenamente las oportunidades generadas por el acuerdo comercial entre ambos países. Los productos referentes a plásticos para el hogar colombianos deben ser competitivos frente a los estadounidenses, asiáticos y europeos.

## 2.7 Variación porcentual de las importaciones de México desde Colombia

De acuerdo a la siguiente tabla, durante el 2008-2009 las importaciones mexicanas desde el mundo del sector de plásticos para el hogar han presentado un decrecimiento de 29%, mientras que en el período de 2007 a 2008 mantuvieron un crecimiento económico de 4%.

Tabla 9. Variación porcentual de importaciones por México desde Colombia.

TOTAL	2007		2008		2009		% Variación	
	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	Valor (USD)	Volumen	2007-2008	2008-2009
TOTAL DE COLOMBIA	1,514,994	359,182	1,587,458	197,077	703,744	96,118	5%	-56%
TOTAL DEL MUNDO	389,050,655	123,931,113	404,346,994	187,811,991	287,566,279	59,785,173	4%	-29%

Fuente: Global Trade Atlas

También, las importaciones mexicanas desde Colombia descendieron en -56% a finales de 2009, situación desalentadora en comparación con el período de 2007 a 2008, en el cual se registró un crecimiento de 5%. La principal razón de la

reducción de las importaciones de México es la crisis económica mundial, situación que limita el intercambio comercial tanto con Colombia como con el resto de los países.



### 3. Análisis de la demanda

#### 3.1 Principales productos demandados por el mercado

A partir de las tablas anteriores, seleccionamos los cuatro principales productos importados por México para conocer cuáles son los productos más demandados por el mercado.

- El principal producto que México demanda del exterior son las vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, que representan el 29% del total de las importaciones según datos de 2009, lo que refleja su importancia y su alta demanda. Aunque continúa en primer lugar, este rubro perdió tres puntos porcentuales de participación de 2008 a 2009, y presentó un decrecimiento de 36%. China es el primer proveedor con una participación de 44% del mercado, mientras que Estados Unidos tiene una participación de 43%. Prácticamente la distribución depende de estos países.
- En segundo lugar están los demás artículos sobre muebles de plástico con una participación del 13%, que a diferencia de las vajillas, registró un crecimiento de 1% en comparación al año 2008. Estados Unidos es el principal proveedor con una participación de 62% y le sigue China con 26%.
- Colombia tiene una participación de 1% en las importaciones de este producto, encontrándose en el sitio séptimo dentro de los principales proveedores para el mercado mexicano.
- Los demás productos sobre tapetes de superficie inferior a 5.25 m<sup>2</sup> se ubican en el tercer lugar, con una participación de 11% a finales de 2009. Sin embargo, este rubro perdió un punto porcentual en comparación al año 2008. Estados Unidos es el principal exportador de este rubro, registrando una participación de 82% del total de las importaciones mexicanas, mientras que Alemania tiene una participación de 13%.
- En la cuarta posición están los demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas), similares y sus partes, con una participación de 10%, según datos de 2009, del total de productos adquiridos por México desde el Mundo, decreciendo en un punto porcentual respecto al año 2008. Estados Unidos es el principal proveedor con una participación de 57% y China del 11%, mientras que Colombia tiene una participación de 1% en las importaciones de este producto, ocupando el lugar número 11 como proveedor del mercado mexicano.

## 3.2 Características y presentación

A continuación se presenta una descripción detallada por grupos de productos (con base en las partidas arancelarias) incluyendo principales ca-

racterísticas, marcas, presentación, variedades y precios.

Tabla 10. Descripción de principales productos de plástico para el hogar

Partida	Plástico y sus manufacturas		Marcas	Precio
Producto	Presentación			
Revestimientos de plástico para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas; revestimientos de plástico para paredes o techos	Baldosas - Losetas vinílicas	m2 Pieza	Vynilas - Interceramic - Dura Piso	3.76-7.70 USD/ m2
Bañeras, duchas, fregaderos, lavabos, bidés, inodoros y sus asientos y tapas, cisternas (depósitos de agua) para inodoros y artículos sanitarios e higiénicos similares.	Tapas para inodoro - Bañeras	Pieza	Kohler - Bebetek	26.92-57.69 USD 11.53-42.30 USD
Vajilla y demás artículos de uso doméstico y artículos de higiene o tocador, de plástico.	Tupper - Vasos - Platos	Juego - Pieza	Tupperware	3.92-15.92 USD 9.92-15.30 USD 9.15-13.15
Artículos para la construcción, de plástico, no expresados ni comprendidos en otra parte.	Persianas - Puertas	Pieza plástico	Lumex - Kommerling - Hunter Douglas	11.53-21.53 USD 8.46-15.07 USD
<b>Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil</b>				
Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil, con mechón insertado, incluso confeccionados.	Tapetes	Pieza	Betterware - Caribean - Antislip	5.38-16.84 USD
<b>Muebles, artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; construcciones prefabricadas</b>				
Muebles de plástico	Colchones - Colchonetas	Pieza	Air bed - Coleman - Palomares	15.38-69.32 13.61- 25.38 USD
Somieres; artículos de cama y artículos similares, bien rellenos o guarnecidos interiormente con cualquier materia, incluidos los de caucho o plástico celulares, recubiertos o no	Somieres	Pieza	Dubeflex - Alva Flex	53.84 USD
Aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte;	Lámparas	Pieza	Tecno Lite - Diinmex	7.6- 17.69 USD

Fuente: Elaboración propia Business Connect.

## 3.3 Tendencias en la demanda de productos

México cuenta con alrededor de 100 millones de habitantes (más de 97 millones según el último censo en el año 2000). Esta población se caracteriza por ser urbana (el 74%) y muy joven;

el 33% de la población mexicana tiene menos de catorce años y el 61% menos de treinta.

El mercado mexicano es joven y su capacidad de gasto ha ido en aumento. Después de un magro crecimiento en los ochenta y una brusca caída al inicio de los noventa, como resultado



de la crisis económica de 1994, la renta per cápita de los mexicanos ha observado una expansión sostenida en los últimos años al pasar de 3.139 dólares anuales en 1995 a 8.914 en 2008. Esto evidentemente ha derivado en la ampliación de la clase media, la cual cuenta con una mayor capacidad de consumo y de acceso a crédito.

Las personas que más demandan los productos de plástico para el hogar son mujeres entre 30 y 45 años que buscan renovar sus artículos para dar un toque diferente a su espacio. Tan sólo el 70% la decisión de compra de artículos de mesa, cocina y baño la realiza la mujer. Las principales cualidades demandadas sobre los artículos de plástico son mejores precios, diseño, mayor durabilidad y resistencia.

En el caso de los artículos de plástico para la cocina, la demanda se enfoca a productos que sean fáciles de lavar que no guarden olores, que no se manchen, materiales que no se deforman con el calor, que sean óptimos para usar en microondas, horno tradicional, estufa de gas o eléctrica, además de que sea innovador, resistente, armonioso y práctico de llevar.

Respecto a los revestimientos de plástico para suelos, bañeras, lavabos, tapetes y lámparas de plástico, la demanda se enfoca a la decoración del hogar, es decir, que los colores y las texturas armonicen el espacio y mejoren la estética. En ocasiones, los consumidores requieren que no permitan la acumulación de polvo, que sea fácil de limpiar, no sea resbaloso, que sea higiénico, no se humedezca, y que evite la acumulación de suciedad difícil de limpiar.

Otro segmento que se observa con menos frecuencia, pero que ofrece un potencial de compras a futuro lo constituyen parejas jóvenes, quienes tienen mayor poder adquisitivo. Esta parte de la población mexicana busca nuevos estilos y tendencias

para adornar su hogar, sin preocuparse por el factor precio.

### 3.4 Oportunidades específicas de negocio

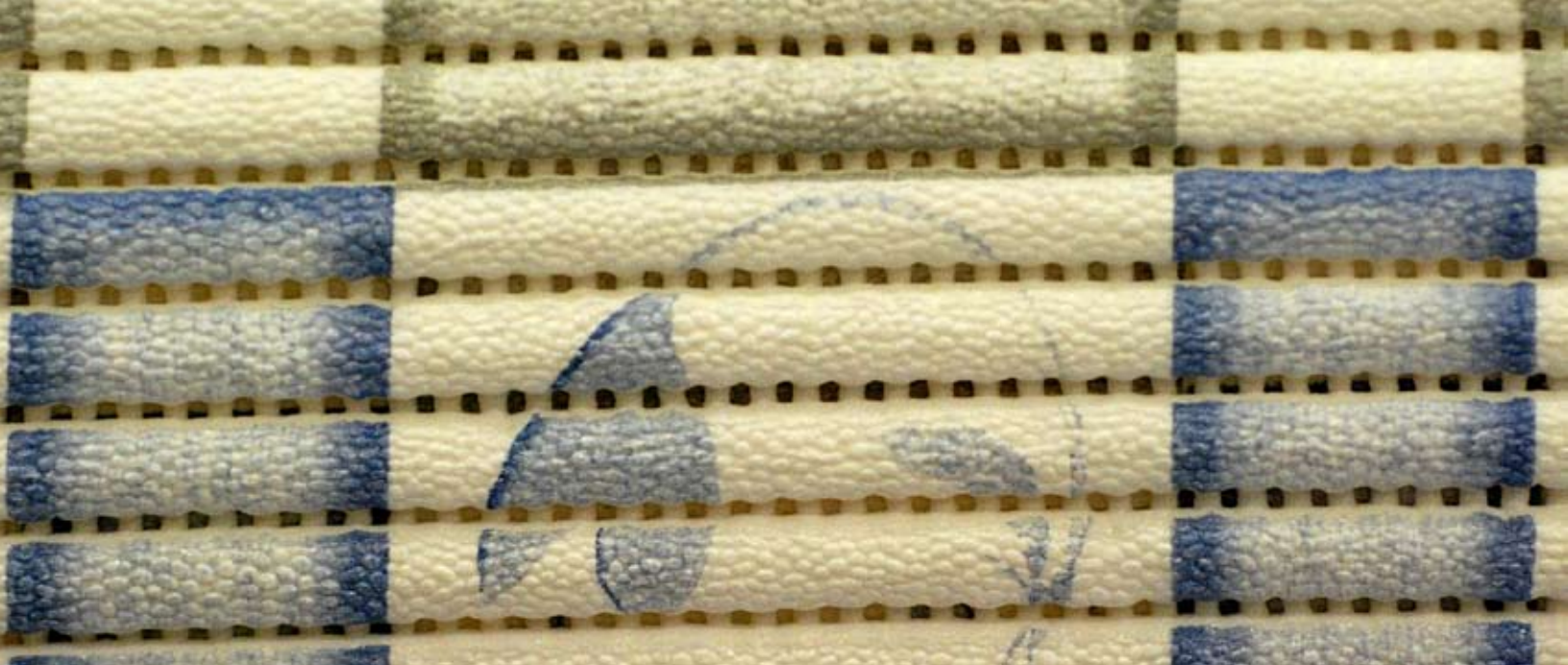
Se detectaron tres productos principales en los que Colombia puede tener un gran potencial ya que la participación de Colombia en las importaciones de México de estos productos es relevante, además de que la participación de las exportaciones de estos productos desde el mundo y desde Colombia hacia el mercado local, se han mantenido o crecido en los últimos años a pesar de haber presentado un decrecimiento en los últimos dos años.

El principal producto que representa una oportunidad de negocio para Colombia son los demás artículos sobre muebles de plástico, los cuales representan la mejor oportunidad para las empresas colombianas interesadas en el mercado mexicano. Estos productos, registraron un crecimiento de 1% en comparación al año 2008, situación que los colocó en segundo lugar de los principales productos importados de México, con una participación del 13% en el año 2009. Además, Colombia es el séptimo proveedor de México, con una participación de 1% en total de las importaciones.

Otro producto de gran relevancia para el comercio entre Colombia y México son los demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas), similares y sus partes. A pesar de haber tenido una disminución en un punto porcentual respecto al año 2008, ocupan el cuarto lugar como principales productos importados de México, con una participación de 10%, según datos de 2009. Colombia tiene una participación de 1% en las importaciones de este producto, ocupando el lugar número 11 como proveedor del mercado mexicano.



El último producto con oportunidad de negocio para Colombia son las vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina. Estos productos representan el 29% del total de las importaciones, según datos de 2009. Aunque se ubican en primer lugar de las importaciones del mercado mexicano, este rubro perdió tres puntos porcentuales de participación de 2008 a 2009. Colombia tiene una participación de 0.08%, a pesar, de la competencia entre Estados Unidos y China, quienes juntos proveen el 87%.



## 4. Descripción de principales canales de distribución y comercialización

### 4.1 Principales importadores y distribuidores nacionales

Las principales importadoras y distribuidoras de artículos de plástico en México son:

#### **Ikea Plásticos de México, S. de R.L de C.V.**

Tel: (52 55) 5650 2950 ext. 25

Distribución: Ciudad de México

[www.ikea.com](http://www.ikea.com)

Empresa fabricante de artículos plásticos para el hogar, como bidones, botes de basura, embudos, floreros, plato taquero, platos cerealeros, contenedores, vasos, etc.

#### **Industrias Ferroplásticas, S.A. de C.V.**

Tel: (52 442) 225 4873

Distribución: Querétaro.

[www.ferroplasticas.com](http://www.ferroplasticas.com)

Empresa mexicana fundada en 1996, dedicada a la fabricación de productos plásticos para el hogar y la oficina. Actualmente, está formada por un equipo de 500 personas, un taller mecánico para fabricación, mantenimiento de moldes, almacén y oficinas de distribución.

#### **Plasti-centro**

Tel: (52 444) 812 9066, 814 7365

Distribución: Ciudad de México y San Luis Potosí.

[www.plasti-centro.com](http://www.plasti-centro.com)

Empresa con experiencia 23 años de experiencia, dedicada a la venta y distribución de artículos de plástico: bolsas y artículos desechables, contenedores, cajas y envases fabricados por medio de extrusión o inyección de plástico.

#### **Plásticos Altec, S.A. de C.V.**

Tel: (52 427) 272 0829

Distribución: Ciudad de México y Estado de México.

[www.productosaltec.com](http://www.productosaltec.com)

Empresa dedicada a la venta de accesorios y artículos de plástico para cocina, limpieza, cubetas, palanganas, jardín, infantiles, etc.

#### **Tupperware México**

Tel: (52 55) 5259 2424

Distribución: República Mexicana.

[www.tupperware.com.mx](http://www.tupperware.com.mx)

La filial cuenta con más de 40 años de presencia en México en cuanto a recipientes de cocina y otros artículos para el hogar. Se caracteriza por su

sistema de ventas por catálogo. Cuenta con una capacidad instalada de 50 máquinas de inyección. En el año 2001 compró la empresa Beauty Control, incursionando así en el mercado de los cosméticos, manejando las líneas de: color, fragancias y cuidado de la piel.

### Hut Internacional, S.A. de C.V.

Tel: (52 55) 5607 1746

Distribución: Ciudad de México y Estado de México.

www.hut.com.mx

Empresa mexicana encargada de comercializar, distribuir e importar artículos de plástico para el hogar tales como accesorios para baño, organizadores para closet, organizadores para auto, accesorios de limpieza, organizadores multiusos, hieleras, entre otros.

### Coplasco

Tel: (52 55) 620 8424

Distribución: Chihuahua y Monterrey

www.coplasco.com

Empresa fundada en 1991, se dedica a la distribución y comercialización de artículos de plástico para el hogar, empaques y embalaje de la línea de material de limpieza. Adquirió la distribución de Prolimpie Mexicana, S.A. De C.V., que es

una fábrica de productos químicos para el mantenimiento industrial, en Monterrey. Sus principales clientes son: Envases Plásticos del Norte Monterrey, Envases Plásticos, Central de Bolsa, Bolsas de Plástico Plafusa, Polyburbuja Diseños de Cartón.

### D'Kora / DKora / Dekora / D Kora

Tel: (52 55) 5536 6741

Distribución: Ciudad de México

www.dkora.com.mx

Empresa mexicana especializada en acabados y recubrimientos. Sus principales marcas son: Corian, Zodiaq, Ralph Wilson, Cubiertas de Lamina-do, Pisos de Madera, Cubiertas Zodiaq, Cubiertas Corian, Sub-Zero, Wolf, Smeg, Dexq, Rexcel, Formica, Formaica, Nevamar, Dekodur.

## 4.2 Precio de compra importador

En México las estadísticas disponibles sobre las importaciones están calculadas con base en el Incoterm CIF (Cost, Insurance and Freight), por lo que hay que considerar que los precios presentados en la siguiente tabla de los principales productos importados por México incluyen los costos de transportación y seguros para embarques internacionales.

Tabla 11. Precios de los principales productos importados por México.

Fracción	Descripción	2007	2008	2009	% Variación	
					2007-2008	2008-2009
39241001	Vajilla y demás arts para el servicio de mesa o de cocina	3,17	3,20	3,27	1%	2%
94037099	Demás arts. sobre muebles de plástico	24,07	26,06	24,64	8%	-5%
57032099	Demás productos sobre tapetes de superficie inferior a 5.25 m².	4,52	4,85	6,08	7%	25%
39259099	Demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y arts similares, y sus partes.	5,28	0,60	4,70	-89%	688%
94059201	Aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y arts similares, con fuente de luz inseparable, y sus partes no expresadas ni comprendidas en otra parte, de plástico	0,82	1,00	4,27	22%	326%
39253001	Contraventanas, persianas (incluidas las venecianas) y artículos similares, y sus partes.	3,78	4,85	4,73	28%	-2%
39189099	Demás productos sobre revestimientos de plástico para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas; para paredes o techos	3,99	4,21	3,68	6%	-13%
57032001	Tapetes de superficie inferior a 5.25 m².	13,35	14,57	14,99	9%	3%
39222001	Asientos y tapas de inodoros	3,64	4,02	4,06	10%	1%
39181001	Baldosas (losetas) vinílicas, para recubrimientos en pisos	0,88	0,80	3,96	-9%	395%

Fuente: World Trade Atlas

1. La unidad de los artículos son piezas.

En general los precios para gran parte de los productos no presentaron variación negativa para el periodo 2007-2009. El principal producto importado, las vajillas y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina, mantuvo sus precios y presentaron un crecimiento promedio de 1% y 2%, respectivamente.

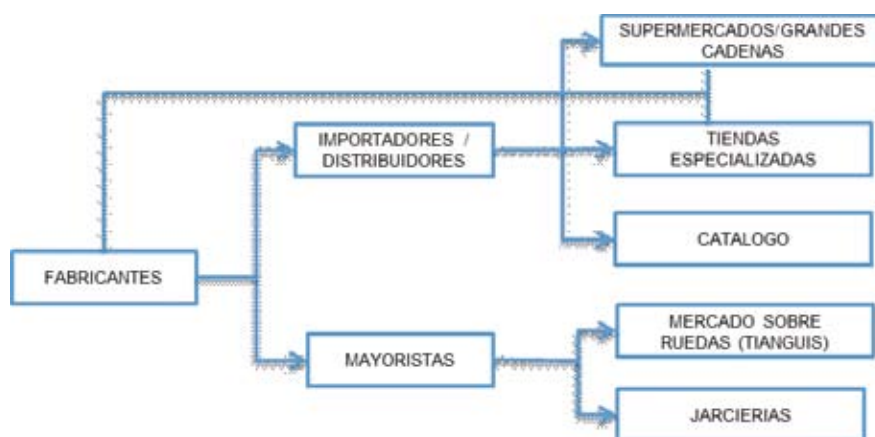
Los productos que tuvieron un aumento significativo en sus precios de venta fueron los demás productos sobre contraventanas, persianas (incluidas las venecianas), similares y sus partes; aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores) y sus partes, no expresados ni comprendidos en otra parte; anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares, con fuente de luz inseparable, y sus partes no expresadas ni comprendidas en otra parte, de plástico; y baldosas (losetas) vinílicas, para recubrimientos en pisos; quienes incrementaron su precio en 688%, 326% y 395% respectivamente.

### 4.3 Principales canales de comercialización

Los canales de comercialización utilizados por el sector artículos para el hogar en México son: importadores-distribuidores, mayoristas, cadenas de supermercados, cadenas de almacenes departamentales, tiendas especializadas, catalogo, tiendas detallistas como jarcierías y mercados sobre ruedas.

Como se puede observar en el siguiente gráfico, los fabricantes distribuyen sus mercancías directamente en los supermercados y grandes cadenas de almacenes y tiendas especializadas, teniendo como ventaja que no incurrir en márgenes de intermediación y un trato directo con estas tiendas. Muchos fabricantes han optado por comercializar directamente su producto a través de puntos de venta propios y capturar a los clientes finales mediante precios especiales.

Gráfico 2. Canales de comercialización de los artículos de plástico para el hogar en México.



Fuente: Elaboración propia Business Connect.

Por otro lado el exportador, para poder ingresar la mercancía al país debe contactar a distribuidores mayoristas como primer canal o bien, si se tiene la capacidad, acercarse directamente

a los representantes de compras de almacenes o tiendas especializadas que cuentan con la capacidad para efectuar la importación de los productos.

Los importadores y distribuidores a su vez pueden comercializar grandes volúmenes de artículos de plástico para el hogar a través de los siguientes canales:

- a. Cadenas de supermercados. Se refiere a grupos de almacenes que distribuyen artículos de consumo y uso doméstico. En cadenas de supermercados como Costco, Wal-Mart, Comercial Mexicana, Soriana, Sam's Club, entre otros. En estos canales se encuentran artículos de plástico para el hogar, generalmente para uso diario.
- b. Cadenas de almacenes o tiendas departamentales. Son establecimientos que ofrecen artículos y líneas completas de decoración. Por ejemplo, Home & More, Sears, Liverpool, entre otros.
- c. Tiendas especializadas. Son puntos de venta donde se pueden encontrar artículos para el hogar con tendencias y diseños exclusivos, atacando un segmento de mercado medio o alto. Generalmente, realizan su publicidad a través de catálogos que muestran colecciones por línea de productos como Tupperware y Zara Home.

La venta por catálogo es un canal de comercialización utilizado por las empresas con volúmenes de producción elevados, siendo un mecanismo de venta que permite llegar a muchas regiones del país con atención directa y personalizada. Este canal de distribución se ha hecho muy popular y exitoso en México porque estableció el sistema de ventas directas, un gran ejemplo es Tupperware.

Los mayoristas actúan como distribuidores de los artículos de plástico para el hogar y los desplazan hacia tiendas locales o detallistas como jarcierías y los mercados sobre ruedas (tianguis), llegando con facilidad al consumidor final.

Los mayoristas, también compran directamente al fabricante al igual que los importadores, ellos se

encargan de negociar las condiciones, precios y tiempos de entrega y ante todo eligen la línea a comercializar ya que cuenta con conocimiento del mercado y la infraestructura para el almacenamiento y distribución de la línea de artículos, además del área y el equipo de gente especializada para exhibir y comercializar el producto. En este canal que concentra la venta de aquellas mercancías que van enfocadas a un segmento de bajo poder adquisitivo.

El mercado sobre ruedas, mejor conocido en México como tianguis, que sin lugar a duda es uno de los canales que mayor volumen de venta maneja. Sin embargo, es un mercado informal y los precios que ofrece son bastante bajos, debido a que no presentan costos fiscales ni operativos. En este tipo de mercados se encuentra mercancía de contrabando o artículos de plástico asiáticos. Dirigido básicamente a población de menor poder adquisitivo.

#### **4.4 Requerimientos y condiciones específicas por canal de distribución y comercialización: condiciones comerciales, márgenes, volúmenes aproximados, recurrencia de compra y presentación.**

Dentro de los diversos canales de distribución existentes en México para el sector de artículos de plástico para el hogar (Importadores, Supermercados, Distribuidores, Mayoristas, Tiendas Departamentales, Especializadas y de detalle), se manejan diversos requerimientos y condiciones de pago y cobranza, que deben de considerar los nuevos proveedores, en especial aquellos que no son locales.

Otros factores que cada empresa exportadora de Colombia deberá considerar, antes de realizar sus proyecciones financieras, y definir los precios



de exportación<sup>2</sup> (costos, inversiones, utilidades, etc.) son todos aquellos conceptos que afectarán directamente a sus precios de venta, tales como, márgenes por canal de comercialización, descuentos, y otras condiciones comerciales como:

- Descuentos por utilizar los centros de distribución del distribuidor/cliente
- Descuentos por publicidad y promoción que haga el distribuidor/cliente a sus productos
- Sanciones económicas
- Costos de promotora y personal para acomodo de mercancía en tienda
- Valor de mermas y costo de recuperación de las mismas
- Utilidad que el cliente deberá obtener del producto
- Utilidad que el cliente obtiene por la venta del producto a consumidor final

Es de suma importancia atender y revisar estos conceptos, ya que en gran medida, de esto dependerá si los productos alcanzarían un precio competitivo para penetrar y permanecer en el mercado mexicano.

**Tabla 12. Porcentajes mínimos, máximos y promedio para canales de distribución. (2)**

Canal	Margen mínimo	Margen Máximo	Promedio
<b>Artículos de Plástico para el Hogar</b>			
Importadores	12%	25%	18.5%
Distribuidores	15%	30%	22.5%
Supermercados	20%	35%	27.5%
Tiendas Especializadas	25%	30%	27.5%
Catálogo	15%	40%	27.5%
Mercado sobre Ruedas	20%	30%	25%
Tienda a Detalle	12%	35%	23.5%
(1) Descuento por Centro de Distribución	0,0%	3,5%	3,5%
Descuento por Publicidad	1,50%	4,0%	2,75%
Descuento Adicional	2,0%	8,0%	5%
Descuento por Promoción	4,0%	15%	9.5%
<b>Margen de Canal</b>	<b>17%</b>	<b>32%</b>	<b>24%</b>

Fuente: elaboración propia Business Connect

(1) Descuentos aplican tanto en supermercados como clubes de precios y cadenas a detalle

(2) Debido a políticas de confidencialidad de las empresas, parte de la información se obtuvo a través de fuentes secundarias y contactos de Business Connect, por lo que podría no ser exacta.

En la tabla anterior se muestra los porcentajes mínimos, máximos y promedio para cada uno de los conceptos mencionados para todos los canales de distribución. Los porcentajes mencionados varían para cada eslabón de la cadena de distribución.

Es de gran importancia destacar que en México las grandes cadenas de supermercados, tiendas especializadas y departamentales cuentan cada vez con más sofisticados y complicados sistemas de compra. Algunas de estas cadenas han limitado al mínimo el contacto inicial del proveedor con el comprador, y en su lugar están utilizando formularios de registro por internet para que los proveedores envíen su información, y en caso de ser del interés del comprador, éste es quien contacta a la empresa.

Si el proveedor logra avanzar en este proceso, un tema importante es aprovechar la primera cita con el departamento y la persona indicada. Hay que considerar los siguientes aspectos relevantes: llevar muestras exactas de los productos que queremos vender; un catálogo de precios de muy buena calidad detallando la diversidad de los productos ofrecidos y sus respectivos precios de venta; identificar el lugar exacto en donde la empresa realiza las entrevistas con sus proveedores (en especial si somos nuevos proveedores); asegurar la fecha exacta de la cita para que no tenga que realizar un viaje en una fecha distinta a la misma, entre otros. Se aconseja aplicar una política de precio neto, sin descuentos. De igual forma, se acostumbra recomendar un precio de venta al público.

Para vender directamente a una gran cadena a detalle, es necesario considerar todos los aspectos

2. Para calcular el precio de exportación de las mercancías, es recomendable utilizar los métodos de Costing y Pricing.

positivos y negativos, así como la fortaleza económica, mercadológica y logística del proveedor colombiano.

En primer lugar, se necesita demostrar sobradamente que se cuenta con el volumen suficiente, capital de trabajo para aguantar pagos hasta 90 días después de la entrega; gastos de producción, material de empaque y transporte; así como capital para soportar el pago o el 3 o 5 por ciento de factoraje que sugieren las cadenas de supermercados, y para absorber los diferentes descuentos y sanciones mencionados anteriormente.

Además se debe contar con capacidad financiera para promociones como producto de apoyo para aniversario de la tienda, precios especiales para promoción, producto de apoyo para otras ofertas periódicas, dinero en efectivo para ocasiones especiales y ferias, edecanes para promociones, promociones conjuntas (multi-marca), entre otras.

Después de considerar que se puede cumplir con los puntos anteriores y haber realizado un análisis de integración de costos y salir con utilidad relevante para seguirle vendiendo a los supermercados, se verá qué ventajas tiene vender a cadenas de autoservicio.



## 5. Análisis del entorno competitivo

### 5.1 Países de origen, productos relevantes, fortalezas y debilidades

Los cuatro principales competidores extranjeros en el mercado de artículos de plástico para el hogar mexicano son Estados Unidos, en primer lugar con alrededor de un 61% de participación global, seguido de China con 22%, Alemania y Taiwán con 2%, respectivamente. A continuación se presentan sus principales fortalezas y debilidades,

así como los principales productos que exportan a México.

La tendencia de importación de productos provenientes de China y Taiwán va en incremento, y no existen barreras en la actualidad para detener la entrada de estos productos al mercado mexicano, lo que demuestra que la industria nacional no es lo suficientemente fuerte para contrarrestar este ingreso.

Tabla 13. Países de origen, productos relevantes, fortalezas y debilidades.

País competidor	Fortalezas	Debilidades	Principales Productos
E.U.	Buena calidad. Reconocimiento de marca y presencia antigua en el mercado. Cercanía geográfica. Diseño	Apertura de México hacia otros países proveedores ha generado un decrecimiento promedio en las importaciones de E.U. por presencia de productos chinos	Principales Productos Tapetes de superficie inferior a 5.25 m <sup>2</sup> . Asientos y tapas de inodoros. Aparatos de alumbrado (incluidos los proyectores), anuncios, letreros y placas indicadoras, luminosos y artículos similares de plástico
China	Precios muy bajos. Altos volúmenes. Incremento continuo en las importaciones de México desde este país para todos los segmentos. Principal competencia	Baja calidad. Gran porcentaje de producto de contrabando. Importadores de productos chinos dan poco servicio.	-Vajilla y demás artículos para el servicio de mesa o de cocina
Alemania	Alta calidad. Reconocimiento de producto/país Diseño y materiales avanzados	Precios altos. Costos de transporte. Decrecimiento en la participación de este país como proveedor en los últimos años. Atiende nicho de mercado pequeño	-Productos sobre tapetes de superficie inferior a 5.25 m <sup>2</sup> .
Taiwán	Precios muy bajos. Altos volúmenes. Incremento continuo en las importaciones de México desde este país para todos los segmentos. Cuarto proveedor	Baja Calidad Gran porcentaje de producto de contrabando	- Productos sobre revestimientos de plástico para suelos, incluso autoadhesivos, en rollos o losetas; para paredes o techos

Fuente: Elaboración propia Business Connect.



El consumo de estos artículos sigue la tendencia en función a las decoraciones actuales, lugar geográfico, o al nivel socioeconómico. Sin embargo, especialmente en utensilios de cocina, existe una gran competencia en productos de origen asiático a un bajo costo y con buen diseño, aunque tienen desventajas comparativas; es decir, poseen una baja calidad, tienen un corto tiempo de duración debido a que están fabricados con materiales sin alguna fortaleza, lo que reduce al mínimo la durabilidad del producto.

## **5.2 Productores locales y productos relevantes por región**

La industria del plástico se ubica en el Distrito Federal y Estado de México, donde se concentran el 55% de las unidades productoras, le sigue en importancia Jalisco que concentra el 13% y Nuevo León el 12%. También se ubican importantes centros de producción en los estados de Baja California, Chihuahua, Tamaulipas y Coahuila, los cuales se encuentran muy ligados a la industria maquiladora.

Los principales productores del sector de artículos de plástico para el hogar en México son:

### **Univerplast**

Fabricante de artículos plásticos para el hogar y la industria: cajas, contenedores, cubetas, muebles para exteriores e interiores, macetas, tinas, juegos infantiles.

### **Grupo Belmont**

Fabricante de todo tipo de artículos de plástico para el hogar e industria, tales como juguetes, artículos para mascota, vasos, platos, recipientes.

### **Grupo Arcoiris**

Fabricante de tapón de plástico, garrafones y envases plástico. Sus productos se orientan a la Industria Farmacéutica y de Agua Purificada.

### **Plastimaq S.A. de C.V.**

Fabricante de piezas de plástico de cualquier forma, ensamblaje y empaquetado.

### **Plavicom S.A de C.V**

Fabricante de películas plásticas, plástico cristal, autoadheribles y artículos para el hogar, tales como cortinas para baño y cubiertas para mesas.

### **Plásticos y Metálicos Yoja**

Fabricante de envases y productos de plástico para el hogar, tales como mesas y sillas de jardín, muebles para interiores y exteriores, botes de basura y otros contenedores.

### **Kartell de Mexico**

Fabricante de productos de inyección de plástico para artículos del hogar: contenedores, muebles interiores, muebles para jardín y artículos infantiles.

### **Ikea Plásticos de México, S. de R.L de C.V.**

Fabricante de artículos plásticos para el hogar, como bidones, botes de basura, embudos, flores, plato taquero, platos cerealeros, contenedores, vasos, etc.

### **Industrias Ferroplásticas, S.A. de C.V.**

#### **Food Keepers S. de R.L. de C.V.**

Fabricante de productos plásticos para el hogar y la oficina. Actualmente, está formada por un equipo de 500 personas, un taller mecánico para fabricación, mantenimiento de moldes, almacén y oficinas de distribución.

### **Molderama, S.A. de C.V.**

Fabricante de artículos para el hogar y la industria a través de la inyección de plástico. Cuenta con más de 400 artículos de plástico tales como tinas, ensaladeras, cestos, vasos, platos, basureros, entre otros.

### **Productos Plastiapan, S.A. de C.V**

Fabricante de artículos de plástico para el hogar, jarras, cubetas, envases, vasos, saleros, etc.

**Artículos industriales de Baquelita S.A. de C. V.**  
 Fabricante de diversas líneas de artículos de plástico para el hogar, jardinería, limpieza, etc.

**Plasvic, S.A de C.V**

Fabricante de productos de plástico para bebé, cocina, limpieza, cestos para ropa, bandejas, platos, macetas, charolas, copas, cubetas, ensaladera, especieros, floreros, herméticos, hieleras, entre otros.

**Induplastic de México S.A de C.V**

Fabricante de botes, cubetas, palanganas, artículos infantiles y de cocina.

**Plasticos Alica**

Fabricante de productos de plásticos con 45 años de experiencia en el mercado. Entre sus productos

se encuentra: sillas y mesas para jardinería, línea para bebe, artículos de línea infantil, recipientes frigo, cajas industriales y agrícolas, palanganas, cestos y contenedores

### 5.3 Precio de venta local en planta

En esta sección se presentan los precios por unidad de los diferentes grupos de productos de plástico para el hogar evaluados en el presente estudio. La información fue obtenida con base en las estadísticas del valor y volumen de las ventas del sector manufacturero de sectores varios que publica el Instituto Nacional de Geografía, Estadística e Informática (INEGI).

**Tabla 14. Precios planta de principales productos de plástico para el hogar de México 2009**

Periodo	Dólares americanos			Variación %	
	2007	2008	2009	2007-2008	2008-2009
Productos desechables para servicio de mesa - Charolas	\$0.42	\$0.38	\$0.43	-8.40%	11.72%
Productos desechables para servicio de mesa - Cubiertos	\$0.77	\$0.58	\$0.68	-24.18%	17.59%
Productos desechables para servicio de mesa - Platos	\$0.43	\$0.38	\$0.45	-12.73%	20.16%
Productos desechables para servicio de mesa - Vasos	\$0.51	\$0.39	\$0.51	-23.77%	30.15%
Utensilios para mesa y/o cocina - Otros (especificar)	\$0.00	\$0.00	\$0.00	50.00%	-33.33%
Otros artículos de plástico de uso doméstico - Ganchos para ropa	\$0.10	\$0.07	\$0.06	-28.42%	-19.12%
Otros artículos de plástico de uso doméstico - Otros (especificar)	\$0.01	\$0.01	\$0.01	0.00%	100.00%
Muebles de plástico sin reforzar - Mesas	NA	NA	NA	NA	NA
Muebles de plástico sin reforzar - Sillas	NA	NA	NA	NA	NA
Otros artículos de plástico - Otros (especificar)	\$0.01	\$0.01	\$0.01	12.50%	0.00%

Fuente: INEGI

Los precios de venta local en planta han sufrido un constante e importante incremento en los últimos años. A excepción de los demás utensilios para mesa y/o cocina y los ganchos para ropa que presentaron una baja en el precio, en general todos los demás productos del sector tuvieron un incremento anual desde 2007 a la fecha. El rubro que presentó el mayor aumento en el precio de venta local en planta fueron los productos desechables para servicio de mesa como vasos, platos y cubiertos, con un 30,15%, 20.16% y 17.59% para el periodo 2008-2009.

### 5.4 Presentaciones (empaquete, diseño y embalaje) de productos relevantes por canal de comercialización

A continuación se presenta una descripción detallada de acuerdo a las categorías en las que se clasifican los productos en el sector. La descripción incluye presentación, marcas y precios.

En la categoría de plástico y sus manufacturas, se pueden encontrar marcas como Vynilas, Ko-

hler, Tupperware y Hunter Douglas. Las presentaciones más comunes son por pieza o juego. Los principales productos que se incluyen en esta categoría son losetas vinílicas, bañeras, asientos y sus tapas, artículos de uso doméstico, persianas y puertas. El precio de estos productos va desde 3.76 a 57.59 USD.

En cuanto a alfombras y demás revestimientos para el suelo de materia textil se encuentran marcas como Betterware, Caribbean y Antislip. Su presentación es por pieza. El principal producto

en esta categoría son los tapetes de plástico. El precio va desde 5.38 hasta 16.84 USD.

En la categoría de muebles; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte; se pueden encontrar marcas como Air bed, Coleman, Dubeflex, Tecno Lite y Diinmex. La presentación de estos productos es por pieza. Se pueden encontrar productos como colchones, colchonetas, somieres y lámparas principalmente. Su precio va desde 7.6 a los 69.32 USD aproximadamente.

Tabla 15. Presentación de principales productos de plástico para el hogar por división

Categorías	Principales marcas	Unidad	Productos	Rango de precios
Plástico y sus manufacturas	Vynilas - Kohler Tupperware - Lumex Hunter Douglas	Pieza m <sup>2</sup>	losetas vinílicas asientos y tapas Artículos de uso doméstico Persianas - Puertas	3.76 USD (loseta vinílica por m <sup>2</sup> ) 57.59 USD (Tapa para inodoro)
Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de materia textil	Betterware - Caribbean Antislip	Pieza	Tapetes	5.38-16.84 USD (Tapete anti derrapante)
Muebles; artículos de cama y similares; aparatos de alumbrado no expresados ni comprendidos en otra parte;	Air bed - Coleman Dubeflex - Alva Flex Tecno Lite - Diinmex	Pieza	Colchones - Colchonetas Somieres - Lámparas	7.6 USD (Lámparas) 69.32 USD (Colchón inflable)

Fuente: Elaboración propia Business Connect.

## 5.5 Perfil de principales competidores

A continuación se presenta un perfil de los principales competidores en el mercado mexicano:

### Plasti-centro

[www.plasti-centro.com](http://www.plasti-centro.com)

Empresa con experiencia 23 años de experiencia, dedicada a la venta y distribución de artículos de plástico: bolsas y artículos desechables, contenedores, cajas y envases fabricados por medio de extrusión o inyección de plástico.

### Plásticos Altec, S.A. de C.

[www.productosaltec.com](http://www.productosaltec.com)

Empresa dedicada a la venta de accesorios y ar-

tículos de plástico para cocina, limpieza, cubetas, palanganas, jardín, infantiles, etc.

### Tupperware México

[www.tupperware.com.mx](http://www.tupperware.com.mx)

La filial cuenta con más de 40 años de presencia en México en cuanto a recipientes de cocina y otros artículos para el hogar. Se caracteriza por su sistema de ventas por catálogo. Cuenta con una capacidad instalada de 50 máquinas de inyección. En el año 2001 compró la empresa Beauty Control, incursionando así en el mercado de los cosméticos, manejando las líneas de: color, fragancias y cuidado de la piel.

### Armher de México S.A. de C.V.

[www.armher.com.mx](http://www.armher.com.mx)

Empresa dedicada al diseño, fabricación y distribución de artículos para el hogar con más de 40 años en el mercado de plásticos. Sus productos pueden ser adquiridos en la mayoría de las grandes cadenas de tiendas departamentales y de autoservicio de la República Mexicana, contando con más de 2 mil puntos de venta.

#### **Plastitrim S.A de C.V**

[www.plastitrim.com.mx](http://www.plastitrim.com.mx)

Empresa dedicada a la transformación y venta de productos de plástico para el hogar y productos de acabados para baños.

#### **Industrias Boris, S.A. de C.V.**

[www.plasticaboris.com.mx](http://www.plasticaboris.com.mx)

Empresa dedicada a la fabricación y venta de artículos de plástico para el hogar, cestos de basura, portaviandas, vasos, platos, cubiertos, etc.

#### **TI Plásticos S.A de C.V**

[www.tlplasticos.com.mx](http://www.tlplasticos.com.mx)

Empresa dedicada a brindar servicios de fabricación y distribuidores de artículos relacionados con el área de jarciaría, plásticos, utensilios para la cocina, jarciaría, mascotas, fiesta, manualidades y materias primas. Cuenta con una cartera de 250 clientes en toda la república mexicana.

#### **Plásticos Herol**

[www.plasticosherol.com](http://www.plasticosherol.com)

Empresa mexicana que inicia operaciones en 1992, teniendo como su principal actividad la fabricación y comercialización de cubetas flexibles y vasos para licuadora. Actualmente incursiona con la línea de artículos para el hogar, juguetes, macetas y jarciaría en general. Cuenta con clientes en Centroamérica, Sudamérica y Norteamérica.

#### **Proarce S.A de C.V**

[www.proarce.com](http://www.proarce.com)

Empresa dedicada a la distribución, elaboración, fabricación y maquila todo tipo de artefactos plásticos, tanto de inyección como termoforma-

do, especialmente para empaques de alimentos, charolas para pan, botes, exhibidores, juguetes y promocionales.

#### **GRUPO PILSA S.A. DE C.V**

[www.grupopilsa.com](http://www.grupopilsa.com)

En 1993 adquiere el nombre de Grupo PILSA S.A de C.V convirtiéndose en una empresa dedicada a la manufactura de envases y dosificadores de plástico, que comercializa sus productos en México y exporta a países como Guatemala, Ecuador y El Salvador. Actualmente, se dedica a la importación y distribución de atomizadores. Entre los clientes que maneja se encuentran: Gillette de México, Stanhome, Revlon (actualmente Grupo Azor), Farmacia París, Bardahl, Grisi Hermanos, S.A de C.V

#### **Hut Internacional, S.A. de C.V.**

[www.hut.com.mx](http://www.hut.com.mx)

Empresa mexicana encargada de comercializar, distribuir e importar artículos de plástico para el hogar tales como accesorios para baño, organizadores para closet, organizadores para auto, accesorios de limpieza, organizadores multiusos, hieleras, entre otros.

#### **COPLASCO**

[www.coplasco.com](http://www.coplasco.com)

Empresa fundada en 1991, se dedica a la distribución y comercialización de artículos de plástico para el hogar, empaques y embalaje de la línea de material de limpieza. Adquirió la distribución de Prolimpie Mexicana, S.A. De C.V., que es una fábrica de productos químicos para el mantenimiento industrial, en Monterrey. Sus principales clientes son: Envases Plásticos del Norte Monterrey, Envases Plásticos, Central de Bolsa, Bolsas de Plástico Plafusa, Polyburbuja Diseños de Cartón.



## 6. Proceso de importación

### 6.1 Principales puertos de entrada

#### **Puerto de Manzanillo**

El puerto de Manzanillo se encuentra en el estado de Colima. Su ubicación estratégica lo convierte en el principal vínculo entre el Océano Pacífico y el corredor industrial y comercial más importante del país, además de ser una posición ideal para el comercio con Estados Unidos, Canadá, Sudamérica y los países en la Cuenca del Pacífico.

El Puerto de Manzanillo abarca 437 hectáreas, incluyendo las zonas de agua, muelles y zonas de almacenamiento. Actualmente cuenta con 17 posiciones de atraque y 14 hectáreas de almacenamiento equipadas con 13.5 kilómetros de vías férreas y 5.4 kilómetros de vialidades. Las 26 líneas navieras que escalan de forma regular en Manzanillo lo conectan con 74 destinos en el mundo.

#### **Puerto de Veracruz**

El puerto tiene una extensión de más de 600 hectáreas, en tierra y agua, con 19 posiciones de atraque en nueve muelles con terminales de contenedores, usos múltiples, automóviles, fluidos y gránulos minerales y agrícolas. También hay un muelle que recibe cruceros y otro de Petróleos

Mexicanos. La mercancía que se transfiere en el puerto de Veracruz es para consumo interno y exportación hacia y desde Florida, Europa y el norte de África.

Actualmente, este puerto está aplicando un proyecto de ampliación en el que se invertirán 2 mil 311 millones de dólares para aumentar su capacidad, la cual pasará de 19.5 millones de toneladas a 118 millones. La ampliación agregará 34 posiciones de atraque en un área de 300 hectáreas. Esto permitirá recibir barcos con una capacidad de hasta ocho mil 500 contenedores.

#### **Puerto de Tampico**

Es considerado el segundo puerto de altura en importancia en el Golfo de México y a nivel nacional. Sus terminales públicas cuentan con 2,147 metros lineales de muelles, 6 terminales privadas y 10 patios para la construcción de plataformas marinas.

Sus conexiones más importantes a nivel internacional son con Japón, Rusia, Canadá, Estados Unidos, Bélgica, Australia, Alemania, Brasil, Inglaterra, Cuba, Bahamas, Panamá, Chile y Colombia. A nivel nacional, ocupó el tercer lugar en el manejo de carga general suelta y granel mineral,

el quinto sitio en productos agrícolas a granel y el cuarto puesto en carga contenida. Es una puerta importante para el comercio exterior en materia industrial, agrícola y mineral gracias a sus excelentes conexiones ferroviarias y carreteras con los principales corredores industriales del país y enlaces marítimos con el mundo.

6.2 Regulaciones arancelarias y no arancelarias: impuestos a la importación, permisos sanitarios, certificaciones, entre otros. (de los capítulos 39, 57 y 94)

Valor del arancel por posición arancelaria

Clasificación: México utiliza el Sistema Armonizado de Mercancías<sup>3</sup>, lo que hace compatible su sistema de clasificación de importaciones/exportaciones con el de la mayoría de los países con los que comúnmente comercializa.

Valorización: La valorización de las mercancías que se utiliza para calcular el valor del arancel, es

el Valor en Aduana de las Mercancías (VAM), que corresponde al Valor Factura, más los incrementales. México ha adoptado las reglas de valorización aprobadas por la OMC.

Los incrementales son todos aquellos gastos que el importador debe de cubrir antes de que se haga el proceso de desaduanamiento de las mercancías en México.

Sobre los siguientes montos se calcula el IVA: Impuesto General de Importaciones (IGI), Derecho de Trámite Aduanero (DTA) y Cuota Compensatoria (CC)

Tasas: El rango va desde 0 a 30%, aunque la mayoría de los productos están en el rango de 3 a 18%.

Industrias Protegidas: sólo unas pocas industrias como la automovilística y farmacéutica, cuentan con cierta protección.

Tasas Preferenciales: México tiene tasas preferenciales con aquellos países con los que tiene acuerdos comerciales.

Tabla 16. Aranceles e impuestos de los capítulos 39, 57 y 94

Impuesto al Valor Agregado (IVA) A la Importación:  Todas las partidas pagan un 16% de IVA si son importadas a territorio mexicano, excepto aquellos productos que se dirigen a las zonas de Región Fronteriza, los cuales pagan un 11% de IVA.	Arancel A la Importación:  Exentas al pago de arancel todas las partidas procedentes de Colombia.  Exportación: Exento de arancel a la exportación para todas las partidas
--	--

Fuente: Sistema Integral de Información en Comercio Exterior (SIICEX) de la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM)

De acuerdo al Sistema de Información Arancelaria de la Secretaría de Economía en los capítulos 39, 57 y 94, las partidas deben pagar un IVA (Impuesto al Valor Agregado) general del 16%. Si los productos tienen destino para su comercialización

en la zona de Región Fronteriza estos productos deben de pagar un 11% de IVA.

Gran parte de los productos del sector de artículos de plástico para el hogar provenientes de otros

3. T.I.G.I.E. (Tarifa del Impuesto General de Importación y Exportación)



países están exentos al pago de arancel, debido a los Tratados de libre comercio en los que México participa. En el caso de Colombia en particular, todos los productos están exentos del mismo. En cuanto a las exportaciones se refiere el arancel queda exento en todas las partidas.

### Acuerdos comerciales vigentes en el país de estudio

México y Colombia firmaron en 1994 un Tratado de Libre Comercio, conocido como G-3 (anteriormente incluía también a Venezuela)<sup>4</sup>.

El objetivo del Tratado es crear un espacio libre de restricciones, prevaleciendo el libre flujo de mercancías, la libre competencia, normas técnicas, calidad de los productos y el crecimiento económico continuo, además de ampliar los vínculos comercial y económico entre los países signatarios.

El Tratado de Libre Comercio que entró en vigor el 1o de enero de 1995. El proceso de interrelación comercial entre los tres países miembros tardó varios años para consolidarse completamente.

Respecto a Colombia, a partir del 10 de enero de 1995, aproximadamente están libres de arancel 40% de las exportaciones mexicanas y 63% de las exportaciones colombianas.

Algunos puntos destacables del Tratado se mencionan a continuación:

- Desgravación general desde 2004, incluyendo lista de excepciones temporales, revisada anualmente.
- Creación de un comité de comercio agropecuario integrado por representantes de las partes, encargado de revisar la operación del sector.

- Prohibición de subsidios a la exportación al término de la desgravación arancelaria a productos agropecuarios.
- Disminución o eliminación de apoyos internos sobre el comercio o producción agropecuarios.
- Creación de un comité de análisis azucarero para definir un acuerdo entre los tres países respecto al comercio de azúcar.
- Uso de normas internacionales como base para la elaboración, adopción y aplicación de medidas.
- Creación de un comité para la promoción de cooperación técnica, contribución al mejoramiento de condiciones fitozoosanitarias y emisión de recomendaciones expeditas a problemas específicos.

Regulaciones, decretos y legislación específica de los productos o servicios que hacen parte del sector a analizar

Padrón de importadores: Los importadores deben contar con una licencia de importación (Padrón de Importadores), la cual es otorgada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público

El Padrón Sectorial son licencias especiales y normalmente son aplicadas en el caso de importaciones que estén relacionadas con salud, ecología, calidad y protección de los derechos del consumidor.

Normas Oficiales Mexicanas: Las normas mexicanas NOM (Normas Oficiales Mexicanas- Ley Federal de Metrología y Normalización) regulan la entrada de todo tipo de productos, los cuales deben cumplir con información comercial, sanita-

4. [www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/412/1/images/resumen\\_G3.htm](http://www.economia.gob.mx/swb/work/models/economia/Resource/412/1/images/resumen_G3.htm)

ria, y procedimientos que ésta determine. Cabe señalar, que las normas obligatorias válidas para Colombia pueden ser distintas a las del mercado mexicano.

Las NOM referentes a etiquetado obligan a cumplir con información como: nombre y dirección del importador, nombre del exportador, marca o nombre comercial del producto, contenido neto, instrucciones de uso, de manejo, cuidados y precauciones al utilizar el producto. Es aconsejable también colocar el país de origen, y el n° tributario del importador conocido en México como RFC (Registro Federal de Contribuyentes). Es indispensable que el importador proporcione la información adecuada y completa.

Las normas más relevantes son las que están relacionadas con alimentos. Para productos enlatados y envasados se solicitan normas de etiquetado, constancia sanitaria expedida en Colombia en la que conste que el producto es apto para el consumo humano.

Otras regulaciones incluyen la requisición de autorizaciones y certificaciones por parte de algunos organismos regulatorios en la materia como la Comisión Federal para la Prevención del Riesgo Sanitario (COFEPRIS) y la Secretaría de Agricultura, Ganadería y Pesca (SAGARPA).

Tabla 17. Regulaciones de los capítulos 39, 57 y 94

Regulaciones Capítulos 39, 57 y 94
NOM-050-SCFI-2004 sobre información comercial-etiquetado comercial para las partidas y fracciones: 3918, 3922, 3924, 5703, 9403, 940410.
NOM-004-SCFI-2006 sobre información comercial-etiquetado comercial para la subpartida: 570320.

Fuente: Sistema Integral de Información en Comercio Exterior (SIISEX) de la Confederación de Asociaciones de Agentes Aduanales de la República Mexicana (CAAAREM)

Respecto a las regulaciones, las subpartidas y fracciones 918, 3922, 3924, 5703, 9403 y 940410, deben cumplir con la Norma Oficial Mexicana actual denominada NOM-050-SCFI-2004 referente a las especificaciones sobre la información comercial que debe contener los productos de plástico para el hogar de fabricación nacional y de procedencia extranjera.

La subpartida 570320 debe cumplir con la Norma Oficial Mexicana actual denominada NOM-004-SCFI-2006 referente a las especificaciones sobre la información comercial que debe incorporarse antes de su internación al país a la ropa de casa, elaborada con materiales textiles aun cuando contengan plásticos u otros materiales.





## 7. Estrategias de promoción y marketing

### 7.1 Eventos de promoción: ferias y exposiciones nacionales y regionales

En los últimos años en México, el sistema de ferias y exposiciones ha obtenido relevancia en el ejercicio comercial y publicitario de las empresas, ya que marcas nacionales e internacionales utilizan estos espacios para realizar investigación de mercado, marketing, distribución y promoción de ventas.

Las ferias y exposiciones son eventos que se llevan a cabo en un lugar y tiempo definido, que se enfocan en uno o varios sectores industriales o actividades económicas. Generalmente se montan estructuras tipo tienda ambulante y se exhibe una gran cantidad de producto para venta al detalle.

Los principales eventos del sector editorial en México son:

#### **Feria Plastimagen México 2010**

Exposición internacional industria plástico  
[www.plastimagen.com.mx](http://www.plastimagen.com.mx)

La exposición internacional de la industria del plástico Plastimagen 2011 se llevará a cabo en Centro Banamex del 4 al 11 de Octubre de 2011,

siendo una feria de carácter internacional y bienal, que reúne múltiples aplicaciones, desde embalaje y artículos para el hogar hasta transporte y envases para cosméticos.

#### **Expo Plásticos 2011 Monterrey, México**

[www.expoplasticos.com.mx](http://www.expoplasticos.com.mx)

Exposición internacional de proveedores para la industria del plástico en el norte de México, se celebrará en Monterrey, los días 22 al 24 de febrero de 2011.

#### **Expo Artioplast 2010**

[www.artioplast2010.com](http://www.artioplast2010.com)

Plataforma de negocios se llevó a cabo del 22 al 24 de septiembre de 2010, reuniendo a los fabricantes transformadores de artículos de plástico.

### 7.2 Publicaciones del sector

#### **Directorios**

#### **Cosmos**

[www.cosmos.com](http://www.cosmos.com)

Cosmos es un directorio de empresas de todos los sectores en México

### **Directorio de la Asociación Nacional de Industrias del Plástico A.C.**

[www.anipac.com.mx](http://www.anipac.com.mx)

La ANIPAC publica en su sitio web un directorio de sus socios de la industria del plástico.

### **Directorio de la Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)**

[www.canacintra.com.mx](http://www.canacintra.com.mx)

La CANACINTRA publica en su sitio web un directorio de sus socios, principalmente de la industria del plástico.

### **Directorio de la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD)**

[www.antad.et](http://www.antad.et)

La ANTAD anuncia en su sitio web un directorio de sus socios, quienes son principales cadenas de autoservicio, tiendas departamentales y especializadas, así como los principales productores y comercializadores de los diversos sectores.

## **Revistas y publicaciones electrónicas e impresas**

### **Revista Plásticos Modernos**

[www.revistaplasticosmodernos.com](http://www.revistaplasticosmodernos.com)

Revista que pretende servir como enlace entre los mundos de la investigación, desarrollo e innovación, con difusión de resultados a las empresas, y como vehículo de expresión de la ciencia de polímeros en lengua castellana.

### **Ambiente Plástico**

[www.ambienteplastico.com](http://www.ambienteplastico.com)

La revista fue fundada en 2003 a partir de ese entonces se planteó el objetivo de brindar información actualizada y de interés para el sector tanto en México como en América Latina. Es una publicación bimensual editada por el IMPI, Instituto Mexicano del Plástico Industrial, institución que promueve la formación de especialistas y el desarrollo y la cultura del Plástico en la sociedad. Por ahora

cuenta con un tiraje de 12,000 ejemplares, de los cuales 10,000 llegan directamente a los directivos de las empresas mexicanas y 2,000 se distribuyen en exposiciones, locales cerrados, como Sanborns y en algunos países de Latinoamérica.

### **Mundo plástico**

[www.mundoplastico.net](http://www.mundoplastico.net)

Es una publicación bimestral técnica y de difusión dirigida a la industria del plástico; conformada por textos de análisis, investigación y difusión elaborados por expertos y académicos, así como entrevistas a personalidades del sector. Su temática incluye desde materias primas y maquinaria hasta excelencia corporativa y noticias del ámbito económico-industrial. Incluyendo, particularmente, temas de sustentabilidad y economía del medio ambiente. Su zona de distribución es México, Guatemala, Costa Rica, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Brasil y Argentina. Está dirigida a ingenieros, directivos, administradores, gerentes generales y propietarios de negocios.

### **Revista Todo Plástico**

Hules y Plásticos de México

[www.hulesyplasticosdemexico.es.tl](http://www.hulesyplasticosdemexico.es.tl)

La revista "Hules y Plásticos de México", fue creada en 1990 y toma como legado el trabajo editorial de la revista "Hule Mexicano y Plásticos" (1944-1990). Actualmente es una publicación digital que concentra información relacionada a la Ciencia y Tecnología de los Plásticos: aplicaciones, formulas, materias primas y aditivos, maquinaria y equipo auxiliar, productos, mercados, legislaciones, proveedores de servicio.

## **7.3 Estrategia recomendada de promoción**

El acercamiento directo a distribuidoras, mayoristas, comercializadoras, supermercados, tiendas departamentales y especializadas, permiten el conocimiento de los productos ofertados.

Búsqueda y conocimiento de importadores y distribuidores en las principales ciudades de México, por medio de eventos, ferias y exposiciones en las principales ciudades como Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey como: Plastimagen, Expo Plásticos, Artioplast y Antad.

Por otro lado, los diseños en las etiquetas llamativas y alusivas a los países donde fueron elaboradas han derivado a la colocación y aumento en el consumo de los productos tanto en tiendas especializadas como en supermercados.

Para los productos dirigidos a un nivel alto, se debe de publicitar en revistas especializadas y de dominio público, a fin que tanto la industria como los consumidores conozcan las marcas y productos, principalmente aquellos fuertemente orientados al sector consumo. Así como anunciar el producto mediante programas de publicidad.

Las misiones de prospección son también un medio eficaz que los productores colombianos de plástico, se recomienda visitar a empresas medianas y pequeñas para evaluar la alianza con posibles distribuidores, representantes o cadenas de supermercados al mismo tiempo que conocen a detalle la oferta que existe en el país.

Se recomienda realizar una campaña de imagen-país referente a los productos de origen Colombiano, a fin de que el consumidor mexicano los identifique claramente del resto de los productos del mercado.

Para competir con proveedores chinos, el proveedor colombiano deberá ofrecer flexibilidad en el diseño de artículos a precios competitivos. Se recomienda que el exportador ofrezca otros elementos que agreguen valor tales como: servicio personalizado, garantía en el producto por uso normal, flexibilidad para manufacturar marca privada y ofrecer diferentes diseños.

## 7.4 Recomendaciones para selección de importadores/distribuidores

Una vez evaluadas las oportunidades en el mercado mexicano, las empresas colombianas habrán de decidir cómo se quiere comercializar el producto o servicio en México. Los métodos más comunes para la comercialización de productos del sector de artículos de plástico para el hogar en el país son la comercialización directa o la comercialización indirecta a través de intermediarios.

La comercialización directa demanda una gran asignación de tiempo y recursos, así como el compromiso financiero para identificar el negocio en un mercado extranjero, por lo que se recomienda únicamente a empresas grandes, con experiencia en los mercados internacionales y con solidez económica.

Bajo este esquema, la empresa es responsable de la investigación de mercado, la planificación y la distribución del producto. Uno de los beneficios de esta opción es que la empresa entablará relaciones directamente con sus posibles clientes y tendrá acceso a información relevante por parte de ellos, además de mayor poder de negociación y menos eslabones en la cadena de distribución que incrementan el precio final del producto, haciéndolo más competitivo.

Para las empresas pequeñas y medianas, la comercialización indirecta a través de intermediarios es una opción más factible. El uso de importadores, comercializadoras o distribuidores que ofrecen la representación de la empresa y la venta y colocación del producto en el mercado local evita que la empresa comprometa una cantidad importante de recursos (tiempo y dinero) en el proceso de venta. La ventaja de este esquema es que las empresas locales ya cuentan con la experiencia y el know-how del mercado, lo que reduce el riesgo para el exportador.

Para este caso, los principales puntos que una empresa colombiana debe considerar al seleccionar un intermediario en México son:

- Que sea una empresa legalmente establecida
- Ventas anuales
- Número y calidad de puntos de venta, número de personal de venta (propio) y de apoyo
- Experiencia en importación de productos
- Experiencia en la categoría de producto
- Capacidad mercadológica y promocional
- Flota de transporte propia o uso de transporte de terceros
- En caso de tener alcance regional, que no solicite contrato de exclusividad





## 8. Contactos

### 8.1 Cámaras y asociaciones

#### **Asociación Nacional de Industrias del Plástico, A.C (ANIPAC)**

Av. Parque Chapultepec No. 66, Despacho 30  
Col. El parque

53390, Naucalpan Edo de México

Tel: (52 55) 5576 5547

Fax: (52 55) 5358 1488

[www.anipac.com.mx](http://www.anipac.com.mx)

Desde 1961, es la máxima representación del sector plástico en México. El grupo actúa como representante, enlace y gestor de los socios antes organismos públicos y privados. Favorece el acceso de los socios a programas y apoyos económicos con distintos organismos de apoyo al sector. Hacia el extranjero, actúa como órgano de consulta en acuerdos comerciales e intergremiales en materia de plásticos

#### **Instituto Mexicano del Plástico Industrial, S.C. (IMPI)**

Insurgentes No. 945 primer piso  
Col. Del Valle

Tel: (52 55) 5669 3325

Fax: (52 55) 5687 4960

03100, México DF

[www.plastico.com.mx](http://www.plastico.com.mx)

Empresa mexicana que nace como idea en 1973. Institución orientada a las Industrias productoras, transformadoras y usuarias del plástico a través de satisfacer necesidades de información y formación mediante sistemas de vanguardia. Entre sus principales actividades se encarga del desarrollo de seminarios, formación de profesionales de la industria para el aprovechamiento y desempeño en las empresas. Buscamos siempre la calidad de nuestros servicios, capacitación en tecnología y la aplicación de la misma como parte integral del aprendizaje, en el año 2000 realizaron la versión actualizada de la Enciclopedia del Plástico.

#### **Cámara Nacional de la Industria de la Transformación (CANACINTRA)**

Av. San Antonio No.256

Col. Ampliación Nápoles

03849, México DF

Tel: (52 55) 5556 3340

Fax: (52 55) 5598 8020

[www.canacindra-digital.com.mx](http://www.canacindra-digital.com.mx)

La Cámara Nacional de la Industria de Transformación fue constituida el 5 de diciembre de 1941 como una institución pública autónoma del sector privado, con personalidad jurídica propia. Fue creada para la representación, promoción y defensa de la industria en México, sin importar su

tamaño. Funge como órgano de consulta obligatorio para el gobierno y principal foro para manifestar las ideas de los empresarios. Es reconocida como uno de los organismos más importantes a nivel mundial debido a su magnitud, estructura, servicios, representatividad y esquemas de cooperación y comunicación. Está conformada por la sede nacional, 80 delegaciones regionales en los estados (a excepción de Jalisco y Nuevo León), 11 consejos coordinadores y 118 secciones o sectores industriales.

#### **Asociación Nacional de la Industria Química (ANIQ)**

Ángel Urraza 505  
Col. del Valle  
03100 México DF  
Tel: (52 55) 5230 5100  
[www.aniq.org.mx](http://www.aniq.org.mx)

Es el organismo líder que representa a la industria química establecida en México. Es reconocida en el ámbito nacional e internacional por su influencia y gestión en la promoción del desarrollo sustentable y la competitividad global de dicha industria. Ofrece servicios especializados, consultoría, información, capacitación y difusión.

#### **Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales, A.C.**

ANTAD  
Horacio 1855 6° piso  
Col. Chapultepec Morales  
11570, México D.F.  
Tel: (52 55) 5580 9900  
Fax: (52 55) 5395 2611  
[www.antad.net](http://www.antad.net)

Inició actividades en el año de 1983, se encarga de promover una competencia equilibrada entre sus asociados, entre los que se encuentran cadenas de autoservicios, tiendas departamentales y especializadas. Colabora con organismos nacionales como CANACO, CCE, COPARMEX, CANACINTRA y CONCANACO, de manera

internacional con Food Marketing Institute (FMI), National Retail Federation (NRF), American Frozen Food Institute (AFFI), Asociación Latinoamericana de Supermercados (ALAS), entre otras. Organiza la exposición ANTAD en Guadalajara, donde exhiben proveedores de tiendas de autoservicio y departamentales de todos los segmentos, es una de las más importantes en el área de alimentos en el país.

#### **Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana**

ANIERM  
Av. Monterrey No. 130  
Col. Roma  
06700, México, D.F.  
Tel: (52 55) 5584 9522, 5564 8616  
Fax: (52 55) 5584 5317  
[www.anierm.org.mx](http://www.anierm.org.mx)

Agrupación empresarial del sector privado mexicano especializado en comercio exterior. Agrupa a empresas importadoras, exportadoras y de servicios.

## **8.2 Importadores**

#### **Grupo Pilsa S.A. De C.V**

Canarias No. 4 Esq. con Palmas  
Col. Granjas Cabrera  
13230 México, DF  
Tel: (52 55) 5863 0029, 5845 9645, 9646  
[www.grupopilsa.com](http://www.grupopilsa.com)

En 1993 adquiere el nombre de Grupo PILSA S.A de C.V convirtiéndose en una empresa dedicada a la manufactura de envases y dosificadores de plástico, que comercializa sus productos en México y exporta a países como Guatemala, Ecuador y El Salvador. Actualmente, se dedicada a la importación y distribución de atomizadores. Entre los clientes que maneja se encuentran: Gillette de México, Stanhome, Revlon (actualmente Grupo Azor), Farmacia París, Bardahl, Grisi Hermanos, S.A de C.V



### **Hut Internacional, S.A. de C.V.**

Pirules No. 38  
Col. Santa Maria Tomatlan  
09870, México DF  
Tel: (52 55) 5607 1746  
www.hut.com.mx

Empresa mexicana encargada de comercializar, distribuir e importar artículos de plástico para el hogar tales como accesorios para baño, organizadores para closet, organizadores para auto, accesorios de limpieza, organizadores multiusos, hieleras, entre otros.

### **COPLASCO**

Planta. C. Pitahaya No. 7020  
Col. El Granjero  
32690, Cd. Juárez, Chihuahua  
Tel: (52 55) 620 8424  
Fax: (52 55) 693 2334  
www.coplasco.com

Empresa fundada en 1991, se dedica a la distribución y comercialización de artículos de plástico para el hogar, empaques y embalaje de la línea de material de limpieza. Adquirió la distribución de Prolimpie Mexicana, S.A. De C.V., que es una fábrica de productos químicos para el mantenimiento industrial, en Monterrey. Sus principales clientes son: Envases Plásticos del Norte Monterrey, Envases Plásticos, Central de Bolsa, Bolsas de Plástico Plafusa, Polyburbuja Diseños de Cartón.

### **Citroneem**

Antropología e Historia No. 150  
Col. Federal  
15700 México, DF  
Tel: (52 55) 5571 2456, 5785 4637  
Fax: (52 55) 5571 2456  
www.citroneem.com.mx

Empresa mexicana dedicada a la fabricación, comercialización, maquila y desarrollo de envases de plásticos para la industria: farmacéutica, alimentaria, cosmética e industrial. Sus principales productos son envases cilíndricos, envases tipo

oval, envases con asa, envases para desodorante tipo stick y roll-on, envases tipo tubo flexible y envases tipo tarro.

### **D´ Novo, S.A. de C.V.**

Paseo de la Reforma No.2654 4° Piso  
Col. Lomas Altas  
11950 México, DF  
Tel: (52 55) 5570 8128  
Tel: (52 55) 9519 9351  
www.dnovo.com.mx

Empresa que inicia actividades en México en 1940, es productora y comercializadora de artículos de plástico para el hogar como jaboneras para el baño, macetas, jarras, cestos, canastas, cajas, tazones, palas, coladores, artículos para la cocina y mesa.

## **8.3 Distribuidores**

### **Plasti-centro**

Reforma No. 1505  
Col. Centro  
78000, San Luis Potosí, San Luis Potosí  
Tel: (52 444) 812 9066, 814 7365  
Fax: (52 444) 812 0526  
www.plasti-centro.com

Empresa con experiencia 23 años de experiencia, dedicada a la venta y distribución de artículos de plástico: bolsas y artículos desechables, contenedores, cajas y envases fabricados por medio de extrusión o inyección de plástico.

### **Plásticos Altec, S.A. de C.**

Oriente No. 10  
Col. Parque Industrial San Juan del Río  
76800, Querétaro  
Tel: (52 427) 272 0829  
Fax: (52 427) 272 0829  
www.productosaltec.com  
Empresa dedicada a la venta de accesorios y artículos de plástico para cocina, limpieza, cubetas, palanganas, jardín, infantiles, etc.

### **Tupperware México**

Rodolfo Patrón No. 9  
Corredor Industrial Toluca  
52004, Lerma Edo de México  
Tel: (52 55) 5259 2424  
www.tupperware.com.mx

La filial cuenta con más de 40 años de presencia en México en cuanto a recipientes de cocina y otros artículos para el hogar. Se caracteriza por su sistema de ventas por catálogo. Cuenta con una capacidad instalada de 50 máquinas de inyección. En el año 2001 compró la empresa Beauty Control, incursionando así en el mercado de los cosméticos, manejando las líneas de: color, fragancias y cuidado de la piel.

### **Fabricantes/Distribuidores**

#### **Armher de México S.A. de C.V.**

Oriente 233 No. 243  
Col. Agrícola Oriental  
08500, México DF  
Tel: (52 55) 5763 9111  
Fax: (52 55) 5700 1863  
www.armher.com.mx

Empresa dedicada al diseño, fabricación y distribución de artículos para el hogar con más de 40 años en el mercado de plásticos. Sus productos pueden ser adquiridos en la mayoría de las grandes cadenas de tiendas departamentales y de autoservicio de la República Mexicana, contando con más de 2 mil puntos de venta.

#### **Plastitrim S.A de C.V**

Gobernador Curiel No. 6326  
Col. Artesanos  
45598, Tlaquepaque, Jalisco  
Tel. (52 33) 3668 6890/91, 3601 3414  
Fax: (55 33) 3692 1253  
www.plastitrim.com.mx  
Empresa dedicada a la transformación y venta de productos de plástico para el hogar y productos de acabados para baños.

### **Industrias Boris, S.A. de C.V.**

Simao da Veiga No. 320  
Col. Plaza de Toros  
37450, León Guanajuato  
Tel: (52 477) 712 4407  
Fax: (52 477) 712 4407  
www.plasticaboris.com.mx

Empresa dedicada a la fabricación y venta de artículos de plástico para el hogar, cestos de basura, portaviandas, vasos, platos, cubiertos, etc.

### **TI Plásticos S.A de C.V**

Norte 80-a no. 6516  
Col. San Pedro el Chico  
07480, México, DF  
Tel: (52 55) 5751 1471, 5771 5093  
Fax: (52 55) 5751 147  
tlplasticos@prodigy.net.m  
www.tlplasticos.com.mx

Empresa dedicada a brindar servicios de fabricación y distribuidores de artículos relacionados con el área de jarciaría, plásticos, materias primas. Cuenta con una cartera de 250 clientes en toda la república mexicana.

### **Plásticos Herol**

Xicotencatl No. 5  
Col. Industrial Morelos  
55329, Ecatepec Edo de México  
Tel: (52 55) 5579 1339, 5788 1744  
Fax: (52 55) 5569 0048  
direccion@plasticosherol.com  
www.plasticosherol.com

Empresa mexicana que inicia operaciones en 1992, teniendo como su principal actividad la fabricación y comercialización de cubetas flexibles y vasos para licuadora. Actualmente incursiona con la línea de artículos para el hogar, juguetes, macetas y jarcieria en general. Cuenta con clientes en Centroamérica, Sudamérica y Norteamérica.

#### **Proarce S.A de C.V**

Calle 8 No. 3  
Fracc. Industrial Alce Blanco  
53370, Naucalpan Edo de México  
Tel: (52 55) 5358 1233, 1297, 1301, 1456  
Fax: (52 55) 5358 1976, 1954  
www.proarce.com

Empresa dedicada a la distribución, elaboración, fabricación y maquila todo tipo de artefactos plásticos, tanto de inyección como termoformado, especialmente para empaques de alimentos, charolas para pan, botes, exhibidores, juguetes y promocionales.

#### **Artículos Industriales de Baquelita S.A. de C.V.**

Lago Chiem No.128  
Col. Anáhuac  
11320, México DF  
Tel: (52 55) 5399 1706, 5527 4573, 9009  
Fax: (52 55) 5527 0848  
www.baquelitamexico.com

Empresa mexicana, fundada en 1971, se dedica a la fabricación y distribución de artículos de plástico para el hogar, cocina jardinería y limpieza. Cuenta con 190 empleados y procesan anualmente más de 1.560 toneladas de plástico.

#### **Abastecimiento y Distribución Grupo Taner, S.A. de C.V.**

Paganini No. 30  
Col. Vallejo  
07870, México DF  
Tel: (52 55) 5537 1155, 5517 9381  
Fax: (52 55) 5517 9165  
www.taner.com.mx

Empresa mexicana con una experiencia de más de 25 años, se dedica a la fabricación y distribución de artículos de plástico para el hogar como muebles para almacenamiento, contenedores, gavetas plásticas, sillas y tarimas.

#### **Cubetas y baños S.A. de C.V.**

José Ramón "Chope" Albarrán No. 100  
Col. Cuauhtémoc Xalostoc  
55310, Edo de México

Tel: (52 55) 5569 1222, 7694, 5755 0021

Fax: (52 55) 5569 1607

www.cubasa.net

Empresa dedicada a la comercialización de productos de plástico para el hogar como cubetas, botes, jícara, floreros, principalmente.

### **8.4 Clientes potenciales**

#### **Wal Mart de México**

Bld. Manuel Ávila Camacho No. 647  
Col. Periodista  
11220, México DF

Tel: (52 55) 5283 0100

Fax: (52 55) 5283 0100

www.walmartmexico.com.mx

Cadena de supermercados más grande de México con 50 años en el territorio nacional. Cuenta con varios formatos de supermercados y restaurantes, entre ellos Bodega Aurrerá, Superama, SAM'S CLUB, Suburbia, Banco Walmart, Vips y Porton. Cuenta con un total de 702 unidades en 64 ciudades de la república.

#### **Costco de México**

Magnocentro No. 4  
Col. San Fernando de la Herradura  
52765, Huixquilucan, Edo. Mex.

Tel: (52 55) 5246 5500

Fax: (52 55) 5246 5612

www.costco.com.mx

Cadena de tiendas de autoservicio mediante el sistema de membresía basada en ventas al mayoreo, con uno de los mejores prestigio a nivel mundial, cuenta con 30 tiendas Costco en el territorio mexicano. Tiene alianza comercial con Comercial Mexicana.

#### **Comercial Mexicana**

López Mateos No. 601  
Col. Santa Cruz Acatlan  
53150, Naucalpan, Edo. Mex.

Tel: (52 55) 5270 9000, 5371 7312

Fax: (52 55) 5270 9295

[www.comercialmexicana.com.mx](http://www.comercialmexicana.com.mx)

Inició operaciones desde 1930. Tiene más de 170 tiendas en todo México con diferentes formatos: Mega, Tienda, Bodega, Sumesa y 3 centros de distribución. Tienen una alianza con Costco para trabajar en México.

### **Grupo Chedraui**

Avenida Constituyentes No. 1150

Col. Lomas Altas

11950, México D.F.

Tel: (52 55) 1103 8000

[www.chedraui.com.mx](http://www.chedraui.com.mx)

Fundada en 1920, cuenta con 109 tiendas Chedraui, 16 tiendas El Súper, 33 tiendas el Súper Che y 1 Súper Chedraui, cuentan además con 25,000 empleados y con presencia en toda la república mexicana.

### **Soriana**

Alejandro Rodas No. 3102-A

Cumbres Octavo Sector

64610 Monterrey, Nuevo León

Tel: (52 81) 8329 9000

[www.soriana.com.mx](http://www.soriana.com.mx)

Fundada en 1968 Soriana es una de las más grandes cadenas de supermercado en México (número 2 después de Wal-mart) con 462 tiendas en 120 ciudades, 17 centros de distribución y 83,000 empleados. Con oficinas centrales en Monterrey, tiene presencia en casi toda la república Mexicana. Recientemente compraron la cadena de supermercados Gigante.

### **HOME DEPOT**

Ricardo Margain No. 555 Int. A

Col. Fracc. Santa Engracia

66267, San Pedro Garza García, N.L.

Tel: (52 81) 8155 7000

Fax: (52 81) 8155 7099 Ext. 7105

[www.homedepot.com.mx](http://www.homedepot.com.mx)

Cadena de origen estadounidense, fundada en 1978, llegó a México en el año 2001. Es comercializadora de materiales para construcción, remodelaciones, accesorios para el hogar y productos de ferretería en general. Cuenta 80 sucursales en 47 ciudades con ventas anuales por encima de los mil millones de dólares. El 85% de sus productos son nacionales y el resto importados.

## Conclusiones

La gran apertura comercial, la decadencia de la industria local y la demanda del mercado mexicano sobre artículos de plástico para el hogar, son factores fundamentales para la oportunidad que se le presenta al exportador colombiano. Además, México es un país de un gran atractivo para los proveedores extranjeros por su cercanía con el mercado estadounidense.

El mercado mexicano es un excelente punto de negocios, pero el exportador colombiano debe tener claro que existe una gran cantidad de competidores, principalmente, de Estados Unidos y de China, lo que obliga a hacer una correcta diferenciación de los productos y un posicionamiento de su calidad para lograr la penetración deseada.

Es cierto que Colombia tiene una gran ventaja por la exención de aranceles frente a la competencia de los países asiáticos o europeos que proveen a México de artículos de plástico para el hogar,

pero el producto colombiano tiene una ventaja sobre ellos, la cercanía geográfica, que reduce costos y tiempo en el tránsito de las mercancías.

Decidir la estrategia de penetración al mercado de acuerdo a los productos que las empresas colombianas manejen es uno de los primeros pasos que éstas deben tomar con el fin de elegir el mejor canal de distribución y comercialización y llegar al consumidor objetivo, cubriendo sus necesidades particulares.

El proveedor colombiano deberá ofrecer flexibilidad en el diseño de artículos a precios competitivos, además encontrar una buena relación entre precio-calidad, sin olvidar el diseño. Esto permite a Colombia aprovechar las oportunidades para que sus productos sean más competitivos puedan penetrar en el nicho de mercado de su elección, y en gusto del consumidor mexicano.